المدخل الأساسي

لعلم الصحافة



الأستاذ الدكتور

منصور عثمان محمد زين

مكتبة الرشد ناشرون

الطبعة الأولى

١٤٤٠هـ - ٢٠١٩م

المدخل الأساسي

لعلم الصحافة

تأليف

الأستاذ الدكتور

منصور عثمان محمد زين

الطبعة الأولى

١٤٤٠هـ-٢٠١٩م

مكتبة الرشد ناشرون

محتويات الكتاب

مقدمة الكتاب

تعتبر الصحافة نشاط إجتماعي يقوم على نشر المعلومات التي تصلح الراي العام، وهي وسيلة إعلامية وأداة للتعبير عن القضايا الإقتصادية والاجتماعية والسياسية، وعرفت الصحافة منذ القدم ومرت بعدة مراحل في تطورها حتى جاء عصر التكنولوجيا الذي أستفادت منه الصحافة كثيراً، برغم عدم تأثرها بالنشر الإلكتروني أو بما يعرف بالصحافة الإلكترونية، لأنه ما زالت الصحيفة الورقية لم تفقد مكانتها ولا أهميتها في ظل هذا التطور العلمي والتكنولوجي.

ويتميز هذا الكتاب بأنه جمع الكثير من المفاهيم المرتبطة بها قديماً وحديثاً، كما إشتمل الكتاب على عدة فصول كما يلي:

- تحدث الفصل الأول: عن مفهوم وتعريف الصحافة ومراحل تطورها.
- الفصل الثاني: تناول وظائف الصحافة.
- الفصل الثالث: تناول تنظيم الجهاز التحريري، والمهارات الأساسية للصحفي وخطوات تحرير الصحيفة.
- الفصل الرابع: تناول الفنون الصحفية كالحديث والمقال الصحفي، العمود الصحفي، والتقرير الصحفي، والتحقيق الصحفي، والمؤتمر الصحفي.
- الفصل الخامس: تناول الإخراج الصحفي.
- الفصل السادس: نظرية الصحافة ومسئوليتها.
- الفصل السابع: الصحافة المتخصصة.
- الفصل الثامن: الصحافة الإلكترونية.

وإسندت معلومات الكتاب من (المصادر والمراجع قديماً وحديثاً وهي الركيزة الأساسية التي خرج بها هذا الكتاب بشكله المتواضع والذي أتمني أن يكون له الفائدة المرجوة لطلاب العلم والمعرفة والمختصين في مجال مهنة الصحافة.

المؤلف

أ.د. منصور عثمان محمد زين

الفصل الأول

الصحافة" تعريفها – مراحل تطورها – أنواعها"

الفصل الأول

الصحافة "تعريفها - مراحل تطورها - أنواعها"

الصحافة في اللغة: -

الصحافة - بكسر الصاد - من صحيفة جمع صحائف أو صحف والصحيفة هي الصفحة وصحيفة الوجه أو صفحة الوجه هي بشرة جلده، ويقال صف صحيفة وجهك.

والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان أي صفحتان أو صحيفتان، والصحيفة هي مجموعة من الصفحات تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة وتتضمن أخبار السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة وما يتصل بها، والصحفي هو من يأخذ العلم من الصحيفة لا عن أستاذ.

فسميت صحيفة، وعليها أو منها سمي: صحافة، والمزاول لها يسمى صحفياً بكسر الصاد أو صحفياً بضم أو فتح الصاد والتمية في أساسها من صفحة أو صحيفة أي إحدى وجهي الورقة المكتوبة، وهي التسمية الأكثر ملائمة إلى عالم الصحافة حيث انه لم تخرج عن نطاق الصفحة والصحيفة.

أما باللغة اللاتينية فتسمى journalism من أصل journal وهي إحدى مشتقات كلمة jour الفرنسية أي يوم، وكلمة journal في الفرنسية تعني في الأساس يومي يومي من يوم، إذاً فهي لا علاقة لها بالصفحة أو الصحيفة، إذ أن الصفحة تسمى page أما الجريدة فتسمى بالفرنسية journal أي يومية، وبالانجليزية newspaper وهي كلمة من الكلمات الانجليزية المركبة تعني الأولى news أخبار والثانية paper ورق ومعناها مجردة ورق الاخبار.

ويستخدم قاموس اكسفورد كلمة press بمعنى صحافة، وتعني شيئاً مرتبطاً بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات، وjournalism بمعنى صحافة أيضاً، وjournalist بمعنى صحفي.

والصحافة لغة مشتقة من الصحف والصحيفة - كما شرحها ابن منظور في لسان العرب - هي ما يكتب فيها، وفي الصحاح للجوهري أن الصحيفة وجمعها صحف وصحائف هي الكتاب بمعنى الرسالة، وفي القرآن الكريم وردت هذه الآية " إنَّ هَذا

لفي الصُحف الأُولى " صُحُف إبْراهيمَ وَمُوسى " سورة الأعلى " والصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة، وفي الحديث الشريف " أتراني حاملاً إلى قومي كتاباً كصحيفة الملتمس " ومنها اشتق المصحف (بضم الميم أو كسرها) بمعنى الكتاب الذي جمعت فيه الصحف أي الأوراق والرسائل.

الصحافة إصطلاحاً:

يركز المفهوم الاصطلاحي للصحافة على الجوانب والابعاد المختلفة للصحافة كعمل فني، وكعملية تكنولوجية إنتاجية للصحيفة، وكعمل اقتصادي تجاري فالصحافة بمعنى press هي صناعة إصدار الصحف، وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الأعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع، وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة فضلاً عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام.

والصحافة بمعنى journalism هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار. ولقد أطلق عليها صحافة journalism بسبب أن الصحف journals التي تضمنت على مدى التاريخ: الجرائد، الوريقات الإخبارية، المجلات كانت الوسيلة الأساسية التي عمل فيها لاربع عقود ونصف عقب اختراع آلة الطباعة، وهناك من يعرف الصحافة بأنها مهنة تغطية الأخبار وكتابتها وتحريرها، تصويرها فوتوغرافياً وإذاعتها، أو إدارة أي مؤسسة إخبارية (إعلامية) كعمل تجاري، وهناك من يرى أن الصحافة هي الطباعة press.

والصحافة تعني عند البعض أيضاً فن تسجيل الوقائع اليومية بمعرفة وانتظام وذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، وتوجيهه، والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها. ولذلك تعتبر الصحافة مرآة تنعكس عليها صورة الجماعة وآراؤها وخواطرها، والصحافة بهذا المفهوم هي جمع الأخبار ونشرها وكذلك المواد المتصلة بها في مطبوعات مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإليكترونية والاستعمال الشائع للصحافة يضيق على عمل الجرائد وبعض المجلات ولكنه قابل للتطبيق على الأشكال الأخرى السابق نشرها.

والجريدة: Newspaper وهي وسيلة اتصال مطبوعة تصدر بشكل دوري، ويعرفها الباحث الألماني اوتوجروت عام ١٩٢٨م من خلال خمسة معايير أساسية تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال وهي:

١. أن تنشر بشكل دوري لا يتجاوز أسبوع.
٢. أن تطبع ميكانيكياً.
٣. أن أي شخص يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها، أي أنها متاحة لكل شخص، وليس لقلة مختارة فقط، أو لمؤسسة أو لمنظمة ما.
٤. أن محتواها ينبغي أن يتنوع ويشمل كل شئ ذي اهتما جماهيري لكل شخص وليس فقط لجماعات منتقاة.
٥. أن المطبوع ينبغي أن يكون وقتياً مع بعض الستمرارية.

ويحدد مؤرخ الصحافة الأمريكي البارز ادوين ايمري سبعة معايير أو سمات للجريدة هي:

١. أن تنشر اسبوعياً على الأقل.
٢. أن تطبع ميكانيكياً.
٣. أن تكون ماحة للناس من كل جوانب المجتمع وفئاته.
٤. أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام عن تلك المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
٥. أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليماً عادياً.
٦. أن ترتبط بوقتها.
٧. أن تكون مستقرة عبر الوقت.

وتشمل الجرائد اليومي الذي يصدر أربع مرات أسبوعياً على الأقل، وغير اليومي الذي يصدر أقل من أربع مرات أسبوعياً.

وتصف موسوعة انكارتا Encarta التي تصدر على شبكة الانترنت الصحافة بأنها جمع وتقييم ونشر الحقائق عن الأحداث الجارية، وترى أن الصحافة الأصلية تتضمن فقط المواد المطبوعة مثل الجرائد والدوريات، ولكنها في القرن العشرين تتضمن وسائل أخرى مثل الراديو، التلفزيون، وخدمات شبكات الحاسبات الالكترونية.

ويعرف الدكتور محمود عزمي – أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين – الصحافة بقوله أنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة ومناسبة إلى مشاعر القراء خلال صحف دورية.

ويرى ويكهام ستيد – أحد أعلام الصحافة الانجليزية – أن الصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبة، وهي شئ بين الفن والعبادة، والصحافيون خدم عموميين غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

ويطلق البعض على الصحافة صفة أو لقب "صاحبة الجلالة" كما يطلق عليها أيضاً "السلطة الرابعة" باعتباره أداة من أدوات تحقيق التنمية والديمقراطية في المجتمع إضافة إلى السلطات الثلاثة التقليدية التنفيذية والتشريعية والقضائية.

ويرى جورج فيل في كتابه (الجريدة) أن أول من أطلق صفة السلطة الرابعة على الصحافة هو الانجليزي ادموندبورك (المتوفي عام ١٧٩٧م) عندما اتجه إلى مقاعد الصحفيين في مجلس العموم البريطاني وهو يقول انتم السلطة الرابعة.

المدخل الايديولوجي لتعريف الصحافة:

يختلف تعريف الصحافة باختلاف الايديولوجية التي يتبناها النظام الصحفي القائم في المجتمع الذي تصدر فيه الصحافة وهذه الايديولوجية ترتبط بالتالي بالفلسفة السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يقوم عليها هذا المجتمع. وفي هذا المجال نجد تعريفين رئيسيين للصحافة يسودان واقعنا المعاصر.

التعريف الليبرالي للصحافة:

وهو يقوم على اعتبار الصحافة أداة للتعبير عن حرية الفرد من خلال حقه في ممارسة حرياته السياسية والمدنية، وفي مقدمتها حقه في التعبير عن أفكاره وآراءه وهو الأمر الذي يلخصه مبدأ (حرية الصحافة).

أن حرية الصحافة كانت دائماً معياراً للحريات الفردية الأخرى في النظرية الليبرالية مثل حرية الكلام وحرية الاجتماع وحرية التفكير.

- الاشتراكي للصحافة:

يقوم هذا التعريف على أساس أن الصحافة – تاريخياً – نشاط اجتماعي يقوم على المعلومات التي تهم الرأي العام والصحافة تحتاج إلى وسائل اعلامية مناسبة انشر مات الاجتماعية وهذه الوسائل هي الصحف، والصحفيين كانوا وما زالوا دائماً - مون بنشاطهم على أنهم جزء من طبقة معينة أو أنهم يمثلون هذه الطبقة. أن لصحافة كانت وما تزال ظاهرة ملتزمة وانسانية وعامة باستمرار أهداف طبقة معينة لاضافة إلى الاستراتيجية والتكتيك اللذين تستخدمهما هذه الطبقة.

وعلى ذلك فان الصحافة لايمكن النظر اليها من حيث علاقتها المتبادلة مع المجتمع ودورها في العملية الاجتماعية.

وبشكل عام يلاحظ أن المدخل الايديولوجي في تعريف الصحافة يركز بشكل خاص على الجانب الوظيفي للصحافة أكثر من أي جانب آخر.

المدخل التكنولوجي للصحافة:

أن التكنولوجيا هي التطبيق العملي للاكتشافات العلمية، أو هي تطبيق المعارف العلمية في الحياة العملية وبمعنى أوضح هي الاختراعات التي تتمخض عن البحث العلمي.

ولقد كان لكل مرحلة تاريخية التكنولوجيا الخاصة بها، والتي تتناسب مع مستوى المعارف العلمية في تلك المرحلة.

ويقصد بتكنولوجيا الصحافة إذاً، التطبيق العملي للاكتشافات العلمية في مجال الصخافة، وتكنولوجيا الصحافة بالضرورة جزء من تكنولوجيا الاعلام، ولقد ارتبط ظهور الصحف تاريخياً باختراع المطبعة، وكانت الطباعة مرحلة متميزة في تاريخ التطور التكنولوجي اوسائل الاعلام، واذا تبنينا التفسي الاعلامي للتاريخ، وهو التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الاعلام، بمعنى أن تطور وسائل الاعلام العامل الرئيسي في أحداث التطور الاجتماعي للبشرية، وانه كما يوجد التفسير المادي للتاريخ كما هو الشأن في الماركسية، كما يوجد التفسير السيكولوجي للتاريخ كما هو الشأن في الفرويدية، فهناك أيضاً التفسير الاعلامي للتاريخ، وهو التفسير الذي يفسر لتطور الاجتماعي تبعاً لمراحل تطور وسائل

الاعلام، فهناك المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين) ثم المرحلة الخطية (النقش على الأحجار والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق) ثم المرحلة الطباعية (الصحف) وأخيراً المرحلة الالكترونية (الراديو والتليفزيون والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الصناعية في الاعلام).

وعلى ضوء هذا التفسير الاعلامي للتاريخ فان الصحف لم تعرف خلال المرحلتين الأولى والثانية (السمعية والخطية) ولكنها شكلت أبرز الانجازات التكنولوجية للمرحلة الثالثة (المرحلة الطباعية) ولاشك أن الصحافة استفادت كثيراً من الانجازات التكنولوجية للمرحلة الرابعة (المرحلة الالكترونية)، سواء في مجال التغطية الصحفية أي الحصول على المادة الصحفية وتوصيلها الى الصحيفة كاستخدام الراديو والتيلكس وأجهزة الارسال والاستقبال (walky taiky) والنصوص اللاسلكية (facsimile) والنصوص اللاسلكية المرتبطة بالكمبيوتر والأقمار الصناعية.

أو في مجال حفظ واستدعاء المعلومات الصحفية مثل استخدام المصغرات الفيلمية (Microfilms) أو نظم المعالجة الآلية للمعلومات (Compuers infomatics) ونظم معالجة المعلومات عن بعد المرتبطة بالكمبيوتر (telematics) وبنوك المعلومات (Data Information Bank) أو في مجال جمع وطبع المادة الصحفية مثل استخدام نظم الجمع التصويري وطباعة الأوفست واستخدام الكمبيوتر في الإدارة الصحفية.

ونخلص من العرض السابق أنه لايوجد تعريف واحد شامل للصحافة، وأن مفهوم الصحافة لايمكن أن يكتمل دون الاحاطة بمختلف المداخل أو المحددات التي تتعلق بالمفهوم.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معان:

المعنى الأول: الصحافة بمعنى الحرفة أو المهنة، وهي بهذا المعني لها جانبين:

الجانب الأول:

يتصل بالصناعة والتجارة وذلك من خلال عمليات الطباعة والتصوير والتسويق والادارة والاعلان.

الجانب الثاني:

يتصل بالشخص الذي اختار مهنة الصحافة، فمنها اشتقت كلمة صحفي، أي الشخص الذي يقوم بالحصول على الأخبر واجراء الأحاديث والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية الأخرى.

المعنى الثاني:

الصحافة بمعنى المادة التي تنشرها الصحيفة كالأخبر والأحاديث والتحقيقات، والمقالات وغيرها من المواد الصحفية، وهي بهذا المعنى تتصل بالفن وبالعلم، فهناك فنون التحرير الصحفي على اختلاف أنواعها من فن الخبر إلى فن الحديث إلى فن التحقيق إلى فن المقال إلى فن العمود، وهناك أيضاً فنون الاخراج وهي أيضاً متنوعة.

ولقد تطورت الفنون الصحفية وصارت علماً يقوم على قواعد وقوانين علمية، كذلك فالصحافة تتصل بالفن أيضاً من حيث أن الموهبة شرط لا مفر منه لخلق الصحفي الذي يقدم للصحيفة خبراً أو حديثاً أو مقالاً، فالصحافة إذاً ((حرفة وفن وصناعة، وهي كل ذلك في آن واحد وبنسب تختلف حسب استعداد المحررين وميلهم وكذلك حسب الظروف لتي يعملون فيها)).

المعنى الثالث:

الصحافة بمعنى الشكل الذي تصدر به فالصحف دوريات مطبوعة تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابته متقاربة أو متباعدة.

وهذا المعنى للصحافة، يعني قصر المفهوم على الدوريات المطبوعة فقط أي تلك التي ظهرت بعد اكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر، أي أن الصحافة بدأت في العالم بظهور أول صحيفة مطبوعة في نهاية القرن الساس عشر وبداية القرن السابع عشر.

ان هذا المعنى يجعلنا على خلاف مع تيار هم يضم عدداً ليس قليلاً ممن كتبو في تعريف الصحافة، وهو تيار يرى أن الانسان عرف الصحافة قبل أن تظهر المطبعة وبالتالي قبل أن تظهر الصحيفة المطبوعة، وهو ينظر إلى الصحافة بمعنى مقارب للاعلام أو لتبادل الأخبار والأنباء وعلى ضوء هذا المعنى فان الصحافة قديمة قدم الحياة الاجتماعية للانسان أي منذ اصبح الفرد عضواً في جماعة وصار في مقدرته أن

يستقبل الأخبار وأن ينقلها سواء عن طريق النفخ في الابواق أو المنادين، وهي ما تسمى بالمرحلة السمعية أو الصوتية في تبادل الأخبار، أو عن طريق النقش على الأحجار وجدران المعابد والمقابر، والرسائل الاخبارية التي كانت تنقل عن طريق الرسل او الرواه أو المبعوثين الرسميون مستخدمين الخيول أو الحمام الزاجل أو السفن، وهي ما تسمى بالمرحلة الخطية في تبادل الأخبار. ثم بدأت المرحلة الثالثة في تطور الصحافة عند أصحاب هذا المعنى والتي يسمونها مرحلة الصحافة المطبوعة وذلك بظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر ثم ما أعقب ذلك من ظهور الصحف في أواخر القرن السادس عشر، ونحن نرى أن هذه المعنى هو نتيجة الخلط بين معنى الصحافة وبين معنى الاعلام الذي يقوم على نقل المعلومات وتبادلها.

وعلى هذا الأساس فنحن نفرق بين الصحافة والاعلام، فالاعلام أقدم من الصحافة فقد نشأ الاعلام منذ ظهرت الحاجة إلى نقل المعلومات وتبادلها، أي مع بدء الحياة الاجتماعية للانسان، في حين أن الصحافة لم تظهر إلا مع اكتشاف المطبعة.

المعنى الرابع:

الصحافة بمعنى الوظيفة التي تؤديها في المجتمع الحديث أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والانسن الذي يعيش فيه.

وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الذي تصدر به الصحيفة، ونوعية النظام السياسي والاجتماعي القائم به ثم بالايديولوجية التي يؤمن بها هذا المجتمع، وهو الأمر الذي انتج (المدرس) الصحفية المتباينة.

مراحل تطور الصحافة:

منذ وجد البشر وعرف الكلام وطور من خلاله نظاماً للاتصال اللفظي نشأت حاجة عند الانسان لان يقول للآخرين ما يعلم وما يفكر فيه، ويعرف منهم كذلك مايعملونه وما يفكرون به، وذلك لان طبيعة الانسان الاجتماعية تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده، ولكي يحافظ على نفسه كان لابد من ايجاد وسيلة للتعبير عن آرائه وآماله والآمه وحاجاته إلى غير ذلك.

وعلى الرغم من أن الصحافة ترتكز في الأساس على صناعة الطباعة، إلا أنها ليست بالفن المحدث الذي نشأ بنشوء المطبعة، بل هي قديمة قدم الدنيا إذا عنينا بها

رواية الأنباء وعرضها على الجمهور، وليست النقوش على الحجرية الدالة على الأخبار والاعلام وإذاعتها بين الناس كما عرف في مصر، الصين وعند العرب الجاهليين وغيرهم من الأمم العريقة إلا ضرباً من ضروب الصحافة في العصور القديمة، وذلك لكونها مرتبطة بالصفات الانسانية والاجتماعية وتعلقها بغريزة حب الاستطلاع والفضول الموجودة في البشر منذ بدء الخليقة.

والمعروف أن حب الاستطلاع شئ أساسي في طبيعة البشر، وهي خصلة من خصال الانسان الاجتماعية سواء شعر بذلك أم لم يشعر، فبعد أن يشبع الانسان حاجاته المهمة من طعام وشراب وملبس ومسكن وعلاقات جنسية ونجو ذلك، تظهر لديه حاجة أخرى متصلة بالحياة الاجتماعية وهي الحاجة لمعرفة أحوال بني جنسه والوقوف على كل ماهو جديد في الحياة الانسانية والصحافة أيا كان شكلها ودرجة تقدمها اضطلعت وما زالت تضطلع في هذا العصر بأكبر قسط في إشباع هذه الحاجت عن طريق الاعلام أو الاخبار.

وقد كان الانسن ساكن الكهوف في العصور البدائية يتلهف على سماع ذبح أسد أو القتال مع انسان آخر من سكان الغابات والاحراش، وتدل أوراق البردي المصرية التي جمعها فلندرز بتري والتي يظن أنها ترجع إلى ٤٠٠٠ سنة قبل الميلاد على أساس صحافي لما كان يثير السامعين.

وكانت الأخبار في هذه العصور الأولى من قصص الخيل والحقائق تمشياً مع رغبات السامعين، وكان النوع الأول يصاغ بغية التسلية، وكان على مستوى أخلاقي أعلى، إذ يشيد بأعمال البطولة والقوة وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلاً، وينتقل من جيل إلى جيل على صورة القصص الشعبي الفلكلور.

وعلى هذا الأساس فاذا كان المتصور من عبارة تاريخ الصحافة هو تاريخ نشر الأخبار يوماً فيوم فمن الواضح أن هذا التاريخ يبدأ مع فجر الإنسانية، ولو سلمنا بما قاله المؤرخ فلافيوس جوزيف بانه كان للبابليين مؤرخين مكلفون بتسجيل الحوادث التي اعتمد عليها نيروز في القرن الثالث قبل الميلاد في كتابه تاريخ الكلدانيين لتبين لنا أن الصحافة كظاهرة اجتماعية قديمة جداً وعرفت في أقصى العصور السحيقة.

وقد كانت الصحافة إلى ما قبل اختراع المطبعة في القرن السادس عشر، تختلط بالكتابة وبالبريد فتاريخها في تلك العصور القديمة هو تاريخ الكتابة، أما بعد اختراع المطبعة فقد انفصلت الصحافة عن الكتابة وصارت شيئاً ضخماً مستقلاً بذاته، ليست الكتابه وليس البريد إلا بعض أدواته.

وتعد الرسائل الاخبارية المنسوخة المظهر البدائي أو الأولي للصحافة، وقد عرفت صناعة الرسائل الاخبارية المنسوخة هذه واتقنت فنون استقاء الأنباء منذ الحضارات الشرقية القديمة، وهناك أوراق مصرية من البردي الفرعوني يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد من إكتشاف فلندرز بترى، وتتضح فيها الحاسة الصحفية لاثارة الميول عند القراء وجذب انتباههم وتحريك الشوق فيهم.

وقد عرفت معظم الحضارات القديمة الخبر المخطوط كحضارة الصين والاغريق والرومان، فقد عرفت روما في مرحلة متقدمة من عصر الامبراطورية خطابات الأخبار News letters وهناك من الآثار التاريخية مايؤكد أن بوليوس قيصر قد اصدر عقب توليه السلطة في عام ٥٩ قبل الميلاد صحيفة مخطوطة اسمها اكتاديورنا Acta durina أي الأحداث اليومية وكانت تهتم بنشر الأخبار عم مداولات مجلس الشيوخ وأخبار الحملات الحربية وبعض الأخبار الاجتماعية الأخرى كأخبار الزواج والمواليد وأخبار الجرائم والتنبوءات، وكان للصحيفة مراسلون في جميع أنحاء الامبراطورية وكانوا غالباً من موظفي الدولة.

وفي اوربا عرفت فترة العصور الوسطى الدوريات البابوية حيث كان البابا يجمع كل أحداث العام ويسجلها على سبورة بيضاء ويعرضها في داره حيث يحضر المواطنون للاحاطة بما فيها، وعندما انتشر النفوذ البابوي اصبح القول الشفهي والسبورة غير كافيين فنشأت النشرة العامة وهي لون من الأوراق العامة التي يمكن أن نعتبرها أصل الجريدة الرسمية الحالية وبذلك حلت النشرة الدورية محل الحوليات الكبرى، وقد استمر استخدام الرسائل الاخبارية المنسوخة طوال العصور الوسطى وذلك لخدمة التجارة بين المدن الأوربية المختلفة وأصبحت مدينة ((فيينا)) مركزاً لهذه الخطابات واصبح هناك كتاب مهنتهم كتابة خطابات الأخبار أو الرسائل الاخبارية في جميع المدن الكبرى، وفي انجلترا بالذات ظهر ما يسمى بالوريقات الاخبارية News sheets أثناء

حرب الثلاثين (١٦١٨-١٦٤٨). وشكلت الرسائل الاخبارية المنسوخة أو المخطوطة باليد المظاهر الأولى للصحافة الأوربية خلال القرن الرابع عشر، حيث ظهرت في ايطاليا ثم انجلترا والمانيا، وكان يكتبها تجار الاخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية ذات النفوذ الكبير والمتعطشة إلى معرفة أهم أحداث العالم. وكان لهؤلاء – تجار الاخبار – مكاتب اخبارية حسنة التنظيم، ظلت تعمل لحسابهم خلال القرن الخامس عشر، وجزء من القرن السادس عشر، وكان يوجد في مدينة البندقية مكاتب كثيرة من هذا النوع.

كما انتشر هذا النشاط الاخباري في ستئر العواصم الأوربية، وكان تاجر الاخبار أو كاتب الاخبار يستأجر العبيد الذين يعرفون الكتابة أو يشتريهم ويملي عليهم ما جمعه من أخبار ليدونوها ويعدوها للبيع والتوزيع على المشتركين، وخاصة بالنسبة لرسائل الأخبار العامة التي كانت تختلف عن رسائل المعلومات الخاصة الموجهة لكبار رجال السياسة والاقتصاد.

صحافة القرن العشرين:

شهدت الصحافة في العالم في القرن العشرين حالة من التغير والتطور كماً وكيفاً، في أسلوب الانتاج وفي درجة الحرية التي تمارسها ويرجع ذلك إلى الظروف السياسية والاقتصادية التي مرت بها شعوب العالم خلال هذل القرن اضافة إلى التطورات العلمية والتكنولوجية التي شهدها العالم خلال القرنين الماضيين والتي بلغت ذروتها خلال ربع القرن الأخير.

فعلى المستوى السياسي والاقتصادي شهد هذا القرن عدة احداث من أبرزها: قيام الحربين العالميتين الأولى والثانية، التورة البلشفية وقيام الاتحاد السوفيتي عام ١٩١٧م، حركات التحرر الوطني واستقلال معظم دول العالم الثالث، الازمة الاقتصادية العالمية عام ١٩٢٩م، الحرب الباردة في الستينات، الوفاق الدولي في السبعينات، حرب اكتوبر ١٩٧٣م، سقوط الاتحاد السوفيتي عام ١٩٨٩م وبعده شرق أوربا - ازمة الخليج ١٩٩١م، وشهد العالم انهيار الاتحاد السوفيتي والنظام الاشتراكي، وانهيار النظام الدولي معه وبداية نظام عالمي جديد يصفه البعض بإنه نظام القطب الواحد، إضافة إلى تيارات اقتصادية وسياسية يشهدها العالم الآن: مثل التحول لاقتصاديات السوق، تدخل

المؤسسات المالية والدولية في اصلاح الهياكل الاقتصادية للدول النامية والدول الاشتراكية السابقة، وظاهرة العولمة أو الكوكبة الاقتصادية Globalizatio التي يصفها الدكتور اسماعيل صبري عبد الله بانها التداخل الواضح لامور الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك دون اعتداد يذكر بالحدود السياسية للدول ذات السيادة او انتماء إلى وطن محدد أو دولة معينة دون حاجة إلى اجراءات حكومية، كما يرى عبد الاله بلقزيز تلازم معنى العولمة في مضمار الانتاج والتبادل المادي والمعنوي مع معنى الانتقال من المجال الوطني أو القومي إلى المجال الكوني، مشيراً إلى أن في جوف مفهوم العولمة تعيين مكاني جغرلفي وهو الفضاء العالمي برمته، غير أنه ينطوي على تعيين زماني أيضاً وهو حقبة ما بعد الدولة القومية وهي الدولة التي انجبها العصر الحديث اطاراً كيانياً لصناعة أهم وقائع التقدم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، إذ يضع حداً لتلك الحقبه مدشنا اخرى ستكون قوتها هذه المرة المجموعة الانسانية بدل الجماعة الوطنية والقومية، وقد صاحب ذلك عولمة وسائل الأعلام وأيضاً عولمة القضايا والمشكلان الاجتماعية والثقافية مثا قضايا البيئة، وعمالة الاطفال وحقوق الانسان وغيرها.

وعلى مستوى آخر نجد أن التطور في العلم والتكنولوجيا خلال المائتين سنة الأخيرة وما نجم عن ذلك من تراكم معرفي قد أدى إلى سرعة في التطوير والاكتشاف، فبينما أخذ الإنسان ١٢٢ عام (من عام ١٧٢٦ إلى عام ١٨٣٨م) للتوصل إلى التصوير الفتوغرافي، أخذ ٥٦ عاماً للتوصل إلى التليفون، ٣٥ عاماً للتوصل إلى الراديو، و١٢ عاماً للتليفزيون، و٦ سنوات للقنبلة الزرية، و٥ سنوات للترانزستور.

ومثال آخر فعام ١٧٨٠م احتاجت انجلترا إلى ٦٠ سنة لمضاعفة دخل الفرد، وفي عام ١٨٨٠م احتاجت اليابان إلى ٣٤ عام، وفي عام ١٩٦٦م احتاجت كوريا الجنوبية إلى ١١ عام لمضاعفة دخل الفرد.

وقد آثر التراكم المعرفي أيضاً على طائفة كاملة من الأنشطة الاقتصادية في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات، واوجدت تقنيات ومنتجات ومهارات آثرت على أنماط العمل، فقد تميز نمط الصناعة في الحقبة ما بين ١٩٠٠ إلى ١٩٧٠م بما سمي بالانتاج الجماهيري أو انتاج الحجم Mass production، وفي الحقبة ما بين ١٩٧٠ إلى

٢٠٠٠م تبدل هذا النمط الصناعي إلى ما سمي بالانتاج المرن production flexibke، وفي بداية القرن الحادي والعشرين من المتوقع أن ينتقل هذا النمط إلى الانتاج المفصل حسب طلب العميل Customized production.

وبالنسبة للحاسبات الاليكترونية ظهر الجيل الأول منها عام ١٩٤٦م وكان يزن الحاسب الواحد حوالي ٣٠ طن ويحتل مساحة تصل إلى أكثر من ٢٠٠ متر مربع ويستطيع أن ينجز مليون عملية حسابية في الساعة وفي عام ١٩٨١م ظهر الجيل الرابع.

وخلال هذه الاجيال الأربعة حدثت تطورات مذهلة من حيث سرعة إجراء العملية الحسابية وتنوع وظائف الحاسبت الالكترونية وصغر الحجم وخفض التكلفة، واستطاع الجيل الرابع تنفيذ بليون ومائتي عملية حسابية في الثانية الواحدة أي ١٢٠٠ مليون عملية في الثانية بدلاً من مليون عملية في الساعة كان بنفذها الجيل الأول، وتتسابق الدول الصناعية الكبرى حول الوصول إلى الجيل الخمس الذي سيكون ذكياً قادرا على التعامل اللغوي، أي الحديث بلغات البشر بدلاً من لغة الأرقام والبيانات والصور المستخدمة الآن.

وقد صاحب الثورة العلمية والتكنولوجيا التي بلغت ذروتها خلال القرن العشرين ثورة المعلومات وأول أبعادها الانفجار المعرفي أو المعلوماتي، فقد اوضحت الأرقام مثلاً أن ما نشر في العالم من الكتب عام ١٩٩١م وحدها قد بلغ ٨٦٣.٠٠٠ كتاب (عنوان)، أما عن ضخامة ووفرة ما ينشر من الصحف فهناك مقولة طريفة قد لا تتجاوز الحقيقة بل تعبر عنها بشكل مدهش وفحواها أن الطبعة اليومية لجريدة مثل النيويورك تايمز الامريكية تتضمن معلومات تفوق ما كان يحصل عليه الفرد في القرن السابع عشر على مدى عمره كله.

وإذا نظرنا خارج الأوعية المطبوعة للمعلومات أو وسائل الاتصال المطبوعة من جرائد ومجلات وكتب ومطبوعات أخرى غير دورية، نجد أن الناس يقضون ساعات طويلة أما أجهزة التليفزيون وفي بعض المجتمعات حتى المتخلفة منها تستطيع بعض فئاتها والتي تتوافر لها امكانات اقتناء الأطباق الملتقطة للإرسال عن بعد متابعة برامج القنوت الفضائية التليفزيونية التي تجاوز عدد محطات بثها الألف محطة حمل التقدم في تقنيات الاتصل بثها ليعبر الحدود الجغرافية التقليدية أو يكاد يلغيها، وتنتج السينما مئات

الأفلام الجديدة، كما يجري نشر آلال من شرائط الفيديو للأفلام القديمة، حول اي موضوع من صنع الخيال.

وهناك آلاف من محطت الاذاعة المنتشرة حول العالم لا يتوقف عن البث على مدار العام، وأخيراً ينهال النشر الاليكتروني على المستفيدين من الحاسب الاليكتروني بأمواج لا تنتهي من المعلومات، مما دفع الكثيرين إلى رسم عصرنا بعصر الحاسبات الاليكترونية حيث الدقة المتناهية في الأداء والبراعة في تخزين المعلومات والصور والرسوم الثابتة والمتحركة وإعادة انتاجها، والنتيجة أن مخرجات المعلومات أصبحت تتجاوز كأمر مسلم به قدرة الإنسان على متابعتها فلاعجب أن تتجاوز قدرته على نقدها وتقييمها.

ومما زاد من تفعيل الانفجار المعرفي أو المعلوماتي، هو التفاعل الذي وصل إلى حد الاندماج بين ثورتين تكنولوجيتين اتفق ظهورهما في العصر الحديث وهما: ثورة تكنولوجيا الاتصال وثورة تكنولوجيا المعلومات، ومن ابرز نتائجهما ما نجده الآن في شبكة الشبكات العالمية الانترنت التي جاءت نتيجة للاستفادة من مزج الحاسبات الاليكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية، المستعينة بالاقمار الصناعية.

فثورة الاتصالات حولت العالم إلى قرية صغيرة وربطت بين الشعوب المتباعدة، فاصبح الانسان يستطيع أن يرصد ما يجري على الطرف الآخر من الكرة الأرضية بالصوت والصورة في لحظة وقوع الحدث، وثورة تكنولوجيا المعلومات وابرز انجازاتها الحاسبات الالكترونية التي اتاحت للإنسان قدرات هائلة على الاحتفاظ بالمعلومات ومعالجتها بسرعة خيالية.

وقد شهد القرن العشرين مجموعة من الاكتشافات والاختراعات في مجال انتاج المعومات وارسالها واستقبالها ومعالجتها من خلال وسائل الاعلام الجماهيري . ت بظهور الاذاعة المسموعة، ثم السينما الناطقة إرسال الصور بالتليفون، والراد ٠ إنشاء الكابلات التي ربطت بين القارات وسهلت الاتصال ظهور التليفزيون، ا ٠ ، اختراع طباعة الاوفست، ظهور انظمة جديدة بديلة للجمع الساخن للحروف مثل: الجمع التصويري، وانظمة النشر الاليكتروني، وظهور الطابعة الملونة، والطباعة الـواح، الأقمار الصناعية، أقمار البث المباشر، القنوات الفضائية التليفزيو ،

النصوص المرئية على شاشة التليفزيون الحاسبات الاليكترونية، الطابعات الاقليمية والدولية للصحف من خلال الأقمار الصناعية، التليفون المحمول، الحاسب الاليكتروني المحمول، قواعد البيانات وشبكات المعلومات واشهرها شبكة الانترنت، واستفادت الصحافة المطبوعة استفادة كبيرة شكلاً ومضموناً من هذه المستحدثات.

وخلال القرن العشرين تلاحظ أن الصحافة في العالم ظلت تسير بإجراء من تجديد إلى تجديد، ومن تقدم إلى تقدم وقد نعمت بحريتها وازدهارها إلى أن اعلنت الحرب العالمية الأولى، وعندئذ فرضت الرقابة على الصحف في جميع البلدان تقريباً من محاربة ومحايدة، واصبحت تستخدم كوسيلة للدعاية ونشر البلاغات الرسمية.

وما أن وضعت الحرب العالمية الأولى اوزارها حتى استعادت الصحف حريتها وحياتها الطبيعية وشهدت فترة ما بين الحربين قيام احتكارات كبرى بين الصحف في عواصم بريطانيا وفرنسا وأمريكا.

ولكن الصحافة امتحنت بالأزمة الاقتصادية التي عمت العالم سنة ١٩٣٩م فارتفعت تكاليفها وقلت ايراداتها وتأثرت بتدهور التجارة تأثراً كبيراً.

كما أن بعض البلدان التي عرفت نظماً ديكتاتوريةً كروسيا وايطاليا والمانيا في ذلك العهد قد قضت قضاء مبرماً على حرية الصحافة، ولم يتبق فيها سوى الصحف الناطقة بلسان الحزب الحاكم.

وفي فترة ما بين الحربين أي المرحلة التي بدأ العالم يستعيد خلالها انفاسه تدريجياً من أثر التقلبات التي هزت العالم من جراء الحرب العالمية الأولى، وكان بعيداً عن التنبؤ بوقوع حرب ثانية، عادت الصحف إلى تنافسها الشديد في المجال التجاري، وقد أخذ مديرو الصحف يلتفتون إلى وجوب التضامن والانضمام في تجمعات مهنية لتنظيم شئونهم والذود عن حقوقهم، واستجابت السلطات لهم فنصت الدساتير على حرية الصحافة ومنحت الدولة تجمعاتهم المهنية امتيازات وتسهيلات واعانات مالية ومعنوية، كما تم تأسيس هيئة دولية للصحافة هي لاتحاد الدولي للصحافيين عام ١٩٢٦م يضم ٢٥ اتحاداً اعترف كل منهم بمبادئ هذه المؤسسة، وفي عام ١٩٣١م افتتحت في لاهاي ((محكمة الشرف الدولية)) وهيئة المحكمة من صحافيين محترفين.

وتوالت بعد ذلك الاجتماعات الدولية للصحافيين في شكل ندوات ومؤتمرات
قضاياهم في اطار عصبة الأمم، ثم بعد ذلك في اطار الأمم المتحدة و.
المتخصصة كاليونسكو.

وخلال القرن العشرين تلمح زيادة في عدد الصحف في البلدان المختلفة و
صحافة في الدول النامية التي حصلت على استقلالها بعد الحرب العالمية الثانية
ظاهرة الاحتكارات الصحفية في دول العالم الغربي في أوربا والولايات المتحدة
الأمريمية، وتعاني الصحافة في الدول الاشتراكية من اعداؤها، وتمتد تلك القيود إلى
الدول النامية، وتثار مشكلات حرية التعبير وحق الصحفيين في الحصول على
الأخبار، وقضايا التدفق غير العادل وغير المتوازن في الأنباء والمعلومات بين الغرب
والشرق، بين الشمال الغنية ودول الجنوب الفقيرة.

وتشهد التسعينات، بعد سقوط الاتحاد السوفيتي عام ١٩٨٩م وتفككه، و.
الأنظمة الاشتراكية التابعة له في شرق أوربا، المزيد من الانفتاح الاعلامي و
لحرية الصحافة في الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوربا، وكذلك في بعض دول
الثالث.

صحافة القرن الحادي والعشرين:

ولكن الألفية الثالثة أتت بمجموعة من المتغيرات التي جعلت البيئة وا
والخصائص والمنتج الصحفي مختلفاً وذلك على النحو التالي:

أولاً: إعادة تعريف وسائل الاتصال الجماهيرية بعد ظهور وانطلاق وسائل ا
جماهيرية جديدة، بحيث أصبحت الوسائل الاتصالية تصنف وفقاً لحجم التعر.
والايرادات الاعلانية إلى:

١- الصحافة والمطبوعات.
٢- صناعة التسجيلات.
٣- صناعة السينما.
٤- الراديو.
٥- التليفزيون.
٦- الانترنت.

٧- المحمول.

ثانياً: اتساع دور شبكة الانترنت، والافادة المتسعة للصحافة منها شبكة الانترنت تعيد توزيع القوة من منتجي الأخبار الى مستهلكيها، وتخلق نموذجاً جديداً فى الإعلام، يتيح لكل شخص أن يصبح صحفياً أو قائماً بالاتصال بتكلفة قليلة، بدلاً من النموذج القديم الاحترافي الذي تقدم فيه الشركات الكبرى للجمهور ما تريد.

وجاءت الافادة المتسعة للصحافة من شبكة الانترنت على النحو التالي:

- كوسيط نشر نسخ من الصحيفة المطبوعة.
- كأدة فعالة في عملية التغطية الصحفية.
- كوسيط لاطلاق صحف اليكترونية على الشبكة.
- كوسيط لانشاء مواقع صحفية جديدة لا تقدم نسخة إلكترونية من الصحيفة ولكن تقدم خدمات إعلامية متكاملة، ومتعددة الوسائط.
- فى عملية تسويق الصحفية.
- فى التفاعل المستمر مع القراء من خلال المنتديات، والشبكات الاجتماعية.
- فى زيارة مواردها من خلال التحالف مع محركات البحث مثل ياهو، حيث انفقت اكثر من ٢٠٠ صيحفة امريكية على تبادل المحتوى المحلى مع الاعلان المبوب، الصحف تحصل على عائد من الاعلانات.
- إستيعاب المدونات كشكل إعلامي جديد.

ثالثاً: تطور وسائل الاتصال من حيث النظرة إليها وسماتها واسلوب توظيفها حيث إنتقلت وسائل الاعلام من مرحلة الوسائل التقليدية Traditional Media، الى **الوسائل الجديدة** New media المستعينة بالانترنت والحاسبات **والمتسمة بالتفاعلية واللاجماهيرية** والفورية، ومن الوسائل الجديدة إلى **وسائل المواطن أو نحن الوسائل** **We Media** التي تعتمد على مشاركة القارئ في بناء المحتوى **وتعديله وتطويره ونشره وتبادله، مثل صحافة المواطن حيث الكل يمكن أن يكونو صحافيين.**

رابعاً: الافادة المتسعة للصحافة من تقنية **التليفون المحمول** (mobile) Cell phone في نشر طبعات مركزة من الصحيفة، أو **من خلال تقديم خدمات أخبارية.**

خامساً: تغير دورة عمل وسائل الاتصال بحيث أصبح التحدي أمامها هو الوصول إلى المستهلكين في عالم (٢٤X٧ وهو المصطلح يعني العمل لمدة ٢٤ساعة في أيام الأسبوع السبعة) فوفقاً لمدير وكالة الأنباء الفرنسية عندما يقع حدث تبدأ تغطيته بتنويهات اخبارية على الموبايل أو البريد الاليكتروني، ثم يتبع ذلك نشره على شبكة الانترنت، ثم وكالات الأنباء والتليفزيون، ثم تنتهي الدوره بتحريره للنشر في الجريدة اليوم التالي.

سادساً: دخول الصحافة عصر الاندماج أو التقارب Convergence مع الوسائط الأخرى: وهناك أربعة أبعاد التقارب أو الاندماج الصحفي Journalistic Convergence، تتضمن:

-البعد الأول: الانتاج المتكامل في صالة التحرير وفي أساليب جمع الأخبار integrated production.

- البعد الثاني: المهنيين متعددي المهارات multiskilled professionals.

- البعد الثالث: تقارب المحتوى content convergence. من خلال منصات توصيل متعددة multiblatform delivery.

- البعد الرابع: الجمهور النشط active audience المشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوى.

سابعاً: ظهور أشكال بديلة للصحافة الورقية من الناحية التكنولوجية منذ أوائل التسعينات ١٩٩٤م بدأت عملية نشر نسخ اليكترونية Online Editions من الصحيفة على شبكة الانترنت بدون أي تعديل Shovleware، وفي أواخر التسعينات بدأت المؤسسات الصحفية في أطلاق صحف اليكترونية على شبكة الانترنت Online Newspapers تستفيد من امكانات الشبكة المختلفة كتعددية الوسائط والتفاعلية والمشاركة.

ومع بداية الألفية الثالثة يتم تطوير مواقع الصحيفة على الانترنت ليصبح اعلامياً جديداً يقدم خدمات اعلامية وإعلانية جديدة إلى جانب النشر الصحفي، اشراك القراء في عملية انتاج الصحيفة وتحديث موادها.

يتم اطلاق مواقع اخبارية، مثل مواقع محركات البحث، اضافة إلى مواقع التليفزيون والراديو ووكالات الاعلان.

تظهر اشكال صحفية جديدة مثل البلوجز Blogs,,/personal Journals والصور والفلوج (Vlogs) Video sharing، لمنتديات Forums والمراجعات Reviews/Advice.

كل هذه الأشكال يصنعها المستخدمين users، وليس أعضاء الطاقم التحريري staff editors or writers.

وتظهر عام ٢٠٠٥م تقنيات جديدة على الانترنت تفيد منها الصحافة وامواقع الاليكترونية مثل:

- التدوين الصوتي podcasting.
- الـ Wiki.
- الـ Twitter.

وعام ٢٠٠٦م تبدأ المؤسسات الاعلامية كوكالات الأنباء والصحف ومحطات التليفزيون وشركات الانتاج السينمائي والتليفزيوني في الافادة من التليفون المحمول كوسيط تستخدمه المدونات لنشر الأنباء والمادة الصحفية والإعلامية.

كما يشهد عام ٢٠٠٦م بداية التجريب لعملية اصدار صحف لا ورقية E-paper تعتمد على الافادة من تقنيات النانو تكنولوجي، والورق الاليكترومي، عبر وسائط محمولة يمكن من خلالها تحميل الجرائد والمجلات والكتب الاليكترونية، واتسعت عمليات التجريب عام ٢٠٠٧م لتشمل بلجيكا وبريطانيا وفرنسا والمانيا والولايات المتحدة الامريكية والهند والصين.

ثامناً: تطور أساليب لكتابة والتحرير الصحفي المطبوعة وظهور النص الرقمي والكتابة الرقمية، وبالتالي أصبح متاحاً عدة بدائل للتحرير الصحفي للصحافة الاليكترونية تشمل:

١. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية النص الفائق Hypertext، والنص الفائق هو نص يرتبط بمجموعة من النصوص من خلال إشارات معينة موجودة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال الجوال "الفأرة" فإنها تفتح على نصوص أخرى، وهذا الشكل هو أساس عملية التجوال Navigation في أي موقع لصحيفة اليكترونية على شبكة الانترنت وهو ما يمكن المستخدم من التجول بين الكلمات المتصلة بنصوص أو صور أو موسيقى أو فيديو وهذه الكلمات التي لها اتصالات بنصوص أخرى تسمى Words Hot.

٢. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط المتعددة Multimedia "الوسائط المتعددة" تعبير يقصد به دمج أنظمة مختلفة "مرئيات، صوتيات، اتصالات" وغيرها من النظم في نظام واحد وتشمل الوسائط المتعددة على مجموعة مكونات تشكل بنية هذه الوسائط منها: النصوص المكتوبة Texts، الصوت Sound، الرسوم الخطية Graphics، الصور الثابتة Still Image الرسوم المتحركة Animation، الصور المتحركة Motion picures، صور الفيديو Video، والحقيقة الافتراضية Virtual Reality.

٣. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط الفائقة Hypermedia وتعتبر الوسائط الفائقة تطويراً للوسائط المتعددة لأنها تقدم وسائط أغنى وبدائل أكثر. ولتوضيح مفهوم الوسائط الفائقة يجب البدء من نقطة النص الفائق الذي يتيح التجول عبر شبكة لانترنت عبر وصلات تحيل المستخدم إلى صفحات أو وثائق أو مواقع أخرى، أما الوسائط الفائقة فتحتوي أيضاً على وصلات تتيح للسمتخدم التجول ليس عبر الكلمات فقط بل عبر الصور أو الموسيقى أو الفيديو أيضاً عن طريق وصلات سبق وضعها فيما بين هذه الوسائط فعند النقر من جانب المستخدم على الروابط ينتقل إلى وسائط أخرى مرتبطة بها ليتم تقديم نفس المحتوى بأكثر من وسيط.

ويترتب على استخدام كل من الوسائط الفائقة في إطار عملية التحرير الاليكتروني في الصحيفة تحول شديد الأهمية فيما يتعلق بعمل المحرر الصحفي، فبعد أ كان المحرر في الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيريتين هما: النصوص المكتوبة والصور الثابتة، فإن المحرر في الصحيفة الاليكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى هاتين الأداتين على التعبير بالصوت والصورة أو المضمون الذي تحمله المادة الصحفية يتطلب إعادة نظر، ففي وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

٤. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنيات التفاعلية Interactivity، وأحد تعريفات التفاعلية أنها عملية متعددة الأبعاد، حيث أبعاد التفاعلية في المتغيرات التالية:

- تعدد الاختيارات المتاحة: فالمتلقي يختار موضوع الاتصال من مجموعة متنوعة من الاختبارات المتاحة أمامه.
- الجهد الذي يمارسه المستقبل: فالمتلقي ينبغي أن يمارس بعض الجهد لإنجاز عملية الاتصال، ليكون متلقي نشط للرسالة.
- استجابة الوسيلة للمستقبل: فوسيلة الاتصال تستجيب لرغبات المستقبل واختياراته فتعرض له المضمون حسبما يريده.
- رصد استخدامات المتلقي لوسيلة الاتصال إليكترونياً: حيث أن التقنيات الحديثة سمحت برصد استخدامات مستقبل الرسالة أتوماتيكياً.
- سهولة إضافة معلومات للرسالة الاتصالية: فالتكنولوجيا الحديثة سمحت للمستقبل أن يضيف إلى أصل الرسالة ليتحول بذلك إلى مصدر للمعلومات أو يكتفي فقط بتلقيها.
- سهولة الاتصال الشخصي بين جمهور وسيلة الاتصال: وتعني السهولة التي يتيحها نظام الاتصل ويمكن من خلاله لعدد من مستخدمي الوسيلة تبادل الرسالة فيما بينهم.

تاسعاً: بحث المؤسسات الصحفية عن نمزج اقتصادي جديد للنشر الصحفي، ففي ظل منافسة الوسائل الاعلامية الجديدة وفي مقدمتها شبكة الانترنت، مع نراجع توزيع لصحف وهبوط إيرادات الاعلانات الصحفية، مقابل زيادة إعلانات الانترنت، بدأ التفكير في نمازج اقتصادية جديدة لإصدار الصحف وإدارتها، من بينها الاتجاه إلى تسعير خدمات النشر الاليكتروني، عبر الانترنت والمحمول، والاستثمار في صناعات اعلامية جديدة تتكامل مع النشر الصحفي المطبوع، وكذلك **الاتجاه للنشر المجاني، ووفقاً لتقرير رئيس الاتحاد العالمي للصحف توماس بالدينج في يونيو ٢٠٠٧م، هناك طفرة في توزيع الصحف المجانية في العالم بمعدل يزيد عن الضعف على مدى السنوات الخمس الماضية وصل إلى حوالي ٤.٣ مليون نسخة يومياً.**

واستطاعت الصحف المجانية الجديدة في وقت قصير الاستحواذ على ٤٠ مليوناً من القراء، وخصوصاً بين الشباب، وتشكل ٣٠٪ من توزيع الصحف في أوربا الآن وفي مصر صدرت مؤخراً صحيفة ٢٤ ساعة، وهناك صحف أخرى في طريقها للصدور.

عاشراً: الحاجة إلى الصحفي متعدد المهارات (Backpack Journalist)، أو صحف المهام المتعددة a multiple media multi-taskwr.

الذي ينبغي أن يكون قادراً على أداء مهام متعددة مثل تشغيل كاميرا الفيديو اعداد تقرير أخباري تليفزيوني، اعداد رسوم متحركة، تجميع صور في جاليري الافادة من ملف صوتي، واجراء التحقيقات الاستقصائية، والتقارير الاخبارية بشكل ماهر، الكتابة الصحفية، وتحرير صفحات ومواقع شبكة الانترنت، أي القدرة على التعامل مع كل الوسائط الاعلامية التقليدية والجديدة.

وفي التقرير السنوي عن الصحافة الأمريكية لعام ٢٠٠٤م، في إطار مشروع التميز في الصحافة (الإعلام) الذي أعده معهد تابع لجامعة كولومبيا بنيويورك، ومولته مؤسسة بيو PEW، تم تحديد ثمانية مجالات تحول في الإعلام الأمريكي بشكل والصحافة بشكل خاص:

١. من الملاحظ تنامي المنافذ الإعلامية الإخبارية بشكل كبير خلال السنوا الماضية، يقابله ثبات أو إنكماش في حجم الجمهور الاعلامي المفترض أن يتابع هذه القنوات الإعلامية، ويترتب على هذا الوضع تنامي الفقد من جمهور هذه الوسائل الإعلامية الإخبارية، وهذا يؤدي بالضرورة إلى تقلص الإيرادات المادية من الإعلانات لهذه القنوات. ويمكن من هذه الظاهرة استثناء حالات معينة تنامي فيها جمهور وسائل الاعلام، وهي وسائل الاعلام الاليكترونية، ووسائل الاعلام ذات التوجهات العرقية، ووسائل الاعلام غير التقليدية.

٢. معظم الاستثمارات الإعلامية تقع في الجانب التوزيعي والترويجي، وليس الجانب المهني المعني بجمع المعلومات وتقارير الأخبار والأحداث مما ترتب على ذلك تقليص الاهتمام بغرف الأخبار والنشاطات الميدانية للإعلام حيث اعداد الصحافيين وانخفضت المخصصات المادية الموجهة لمثل هذا الغرض. ولا شك أن النتيجة المهمة التي أفرزتها هذه الأوضاع هي انخفاض مستوى ا الجيدة والمهنية المطلوبة في أداء الاعلام.

٣. معظم وسائل الاعلام الخبرية بشكل خاص تركز على المادة الخام في للاحداث المحلية والدولية بدون أي معالجات تذكر. وتحولت هذه المواد الخا

مما كانت عليه كمرحلة في دورة مهنية متكاملة، إلى مرحلة نهائية بذاتها بدون جهود لتحسين أو معالجة أو إعادة بناء اعلامي لها وهذه الحالة هي انعكاس طبيعي لقنوات الأربعة والعشرين ساعة، التي أحالة المادة الحديثة إلى مجموعة عناصر متفككة تتسم بالفوضى وعدم التوازن، وبدون أدنى تنسيق زمني أو منطقي لهذه الأحداث. وفي بعض القنوات الإخبارية يتم فقط تحديث الأخبار دون إعادة بناء الهيكل لهذه الأحداث.

٤. اختلفت المعايير الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية، وداخل المؤسسة الإعلامية الواحدة، فلم تعد هناك قيم واحدة توجه كل البرامج والمحتويات الإعلامية في المؤسسة الواحدة. واصبح الهدف الذي تسعى اليه المؤسسات الاعلامية هو تقديم أكبر شريحة من القراء أو المستمعين أو المشاهدين إلى المعلن بأي طريقة ممكنة من خلال مختلف برامجها واقسامها لاعلامية، ولهذا فان القناة الواحدة قد تبني سياستها البرامجية على مبدأ الحصول على شرائح مختلفة من الجمهور. فقد تغض النظر عن القيم الإخلاقية والمهنية في برامج وترفعها في برامج أخرى من أجل الحصول على هذا التنوع الشرائحي للجمهور. فقد تكون الأخبار ذات طابع ومعيار عالي الجودة، بينما تعمل البرامج الحوارية والجماهيرية على مستوى متدني من القيم والمعايير المهنية. وهذا ما يلغي وجود الهوية الواحدة التي تميز كافة برامج القناة الواحدة، وتصبح هذه القناة بهويات وتوجهات متباينة.

٥. معظم المؤسسات الاعلامية تتجه إلى رفع ربحيتها ليس من خلال التوجه إلى جمهور جديد، ولكن من خلال عدد من الاجراءات التي تتخذها في تقليص كوادرها وماتبها ومرريها الميدانيين. وهذه الاجراءات لا تصب في خدمة الأداء المهني لوسائل الاعلام، بل تؤكد انخفاض المستوى المهني لهذه الوسائل، وربما يظل السؤال إلى أي مدى ستحاول هذه الوسائل الاستمرار في هذا النهج، وإلى أي مدى ستستطيع أن تقنع المعلنيين بأن الجمهور لازال حاضراً، أو في تنامي، بينما الحقيقة هي غير ذلك، فالجمهور في تقلص والمنتج الاعلامي في تردي.

٦. تتسم المرحلة بالتوجه نحو الإندماج بين وسائل الاعلام، وهذه حقيقة تصبح شبه حتمية في المستقبل، وتحديداً فان المعركة الأساسية هي مجال الاعلام

الاليكتروني، حيث بدأت وسائل الاعلام تتصادم في هذا الموقع، واصبحت هي منطقة جذب لوسائل الاعلام التقليدية، وبالتالي فان الحدود التي كانت تفصل بين وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة بدأ يتوجه لساحة معركة واحدة هي المنطقة الاليكترونية الجديدة، التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الاعلامي الجديد.

٧. ربما لا يكون السؤال المهم هو سؤال تقني، بل هو سؤال اقتصادي في محور التحولات الجديدة في الاعلام فهل التحول لإلى الاعلام الاليكتروني المعروف بمحدودية ربحيته في الاشتراكات والايرادات الاعلانية سيضيف النوعية والتنوع المطلوب في مجال جمع المعلومات والاخبار، حيث أن وسائل الاعلام التقليدية قد خفضت مصروفاتها في هذا الجانب؟ المتوقع منطقياً أن وسائل الاعلام الاليكترونية ستؤدي إلى مزيد من التردي في مجال الخدمة الاخبارية بالمستوى المهني المطلوب، لأنه من غير المتوقع أن يتم ضخ مصروفات مادية كبيرة في هذا الجانب.

٨. من المسائل المتعلقة بنفوذ القى المؤثرة في وسائل الاعلام، يمكن ملاحظة أن هذه القوى المؤثرة في الصحافة والجمهور العام تستمر في تأثيرها على مندوبي ومحرري الاعلام، ونتيجة مبدأ العرض والطلب على المعلومات، فيصبح التنافس بين وسائل الاعلام شديداً للحصول على المعلومات، مما يتيح فرصة أن تصبح هذه المصادر الاعلامية قوة مؤثرة على مضامين الاعلام. وقد اشارت عدد من الدراسات لتحليل مضمون قنوات الأربع وعشرين ساعة إلى محدودية المصادر الاخبارية التي تعتمد عليها، مما يجعل التشابه واضحاً بين هذه القنوات وتكون هذه القنوات معرضة لتأثير مصادر معينة دون أخرى.

بدايات الصحافة في العالم العربي:

هناك خلاف بين المؤرخين على تحديد تاريخ إنشاء أول مطبعة استخدمت الحروف العربية، ويرى بعضهم أنها تأسست في روما عام ١٥١٤م، وطبع فيها خلال القرن السادس عشر عدد من الكتب العلمية إلى جانب الكثير من الكتب الدينية المسيحية، وكانت ترسل هذه الكتب المطبوعة إلى أسواق الشرق وتباع فيها، مما يؤيد هذا الرأي

صدور بعض المنشورات عن السلطان العثماني مراد الثالث، وقد طبعت في هذه المطبعة عام ١٥٩٤م، ثم ادخلت المطابع العربية إلى عدد من العواصم العربية في القرن السابع عشر.

واخذت الطباعة تنتشر في الشرق، وقد بدأت في الاستانة وكانت حروفها عربية غير أن أول مطبعة عربية ظهرت في الشرق العربي، كانت تلك التي انشأها أحد البطاركة في حلب في أوائل القرن الثامن عشر حوالي ١٧٠٢م، وقيل أن حروفها قد أتت من بوخارست، ثم انشئت في الاستانة المطبعة الثانية ولقي إنشاؤها عنتاً شديداً من الحكومة ورجال الدين الذين افتو بأن المطبعة رجس من عمل الشيطان إلى أن استطاع الصدر الاعظم بمعاضدة بعض هؤلاء العلماء أن يستصدر من السلطان فرماناً في عام ١٧١٢م بالإذن لسعيد أفندي (وقد صار فيما بعد صدراً أعظم) بإنشاء المطبعة وطبع جميع أنواع الكتب ما عدا كتب التفسير والحديث والفقه والكلا.

ثم عرفت الطباعة العربية في قرية الشوير في جبل لبنان، ويعود الفضل في إنشاء أول مطبعة عربية في لبنان إلى الشماس عبد الله الزاخر، التي اسسها عام ١٧٣٣م في دير ماريوحن الصايغ ثم أوصى بها إلى الرهبان الآشوريين، وهي من أوائل المطابع العربية في العالم العربي، وكان أكثر ما يطبع فيها الكتب الدينية، وهي وان كانت تقوم بطبع المصنفات العربية، إلا أنها كانت تخرجها بحروف سريانية في بادئ الامر، ثم استقدمت حروفاً عربية ثم سبكها في مطبعة حلب، وقد نافس الارثوذكس أصحاب دير الشوير من الكاثوليك وانشئوا في بيروت مطبعة عربية قلدو فيها الشوير عام ١٧٥٠م.

وقد ظلت الماطبع في لبنان وسورية مقتصرة على طبع الكتب الدينية قريباً حتى اضحى القرن التاسع عشر، ثم توالى بعد ذلك إنشاء المطابع التي قامت إلى جانب طبع الكتب الدينية بطبع الكتب العلمية والأدبية وبغث التراث القديم، ومن أوائل المطابع العربية التي انشئت في بيروت عام ١٨٣٤م بعناية الدكتور عالي سميث ومن أهم المطابع التي تأسست في منتصف القرن التاسع عشر مطبعة الأدباء اليسوعيين التي كانت من أفخر المطابع وأكملها استعداداً، ومازالت قائمة إلى الآن وقد اصدرت عدداً لا يحصى من الكتب والرسائل والقواميس والمؤلفات الضخمة في شتى العلوم والفنون

والآداب بين مصنفات قديمة وحديثة وهي صاحبة فضل لا ينكر في نشر الثقا العربية.

أنواع الصحف:

يمكن تقسيم الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة سواء كانت جريدة أو مجلة – وفقاً لعدد من المعايير هي: معيار دورية الصدور، معيار مدى التغطية الجغرافية، معيار المضمون وطبيعة الجمهور، معيار الاتجاه السياسي للصحيفة معيار حجم التوزيع، معيار الشكل الفني للصحيفة ثم أخيراً معيار الوسيط المادي الذي تنشر عليه الصحيفة وهو معيار جديد نتج عن تطورات مستحدثة في تكنولوجيا الصحافة وأهم هذه المعايير هي:

معيار دورية الصدور:

وهذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور أي الوقت بين صدور كل عدد والعدد التالي له، وعلى أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى: الصحف اليومية: وهي التي تصدر بصفة دورية يومياً، وبعض هذه الصحف تصدر صباحية أي تصدر في الصباح، وبعضها مسائية، أكثر أخبارها تنتمي إلى أخبار المتابعة أو أخبار الاستكمال حيث تتابع وتستكمل ما سبق أن نشر بالصحف الصباحية، أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها، الصحف الأسبوعية، الصحف نصف الشهرية والصحف الشهرية، الصحف ربع السنوية أو الفصلية، وتصدر كل ثلاثة شهور، وهي غالباً تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات.

والجرائد تصدر غالباً بصفة دورية أو على الأكثر أسبوعياً في حين أن المجلة تصدر في دورية لا تقل عن أسبوع.

معيار التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى وصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول وعلى هذا تنقسم الصحف إلى: الصحف المحلية Regional وهي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة، والصحف القومية National وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتما لاقليم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم بالأخبار العالمية

والدولية، إذ أنها قد توزع خارج الدولة في دول أخرى، والصحف الدولية International وهي التي تصدر لتوزع في الدولة نفسها أو خارجها، أحياناً تصدر طبعات خاصة من الصحف المحلية.

الصحف الدولية:

هناك بعض الصحف تتضمن الجرائد والمجلات التي يطلق عليها صحافة دولية بمعنى أنها تعبر حدود وطنها ويتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها، وقد يصمم بعضها من الأساس لكي يتم قراءته في خارج الحدود مثل: الطبعات الدولية من مجلة نيويورك، ومن جريدة الأهرام المصرية وقد يصدر في بلد ما ويوزع في بلدان أخرى، وابرز الصحف الدولية في العالم الآن الصحف **التالية**:

- جريدة الهيرالد تريبيون الدولية International Herald Tribune: وتنشر بواسطة صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطون بوست ومقرها الرئيسي في فرنسا ولها توزيع متسع حول العالم قدره حوالي ٢٠٠ الف نسمة معظمها في أوربا، وتطبع في ٨ دول حول العالم.
- جريدة يو ا ايه توداي USA Today: وتعتبر من الجرائد الحديثة في العالم إذ صدرت عام ١٩٨٢م، تجاوز توزيعها المليون نسخة، ويصفها الخبراء بأنها صحافة عصر التليفزيون، وتملكها شركة جانيت وتطبع في سويسرا، سنغافورة وهونج كونج، معظم قرائها مواطنون أمريكيون يسافرون خارج البلاد وهي متاحة الآن في روسيا.
- جريدة ورلد تايمز World Times: تنشر بواسطة شركة ورلد تايمز في بوسطن بالولايات المتحدة، وتوزع كملحق مع الجرائد وبشكل أساسي في أمريكا اللاتينية، آسيا، والشرق الأوسط ويتم طباعتها في عشرين بلد مختلف ويصل توزيعها إلى ٨٠٠ الف نسخة.
- جريدة الفاينانشيال تايمز Financial Times: وتصدر في لندت، وتتخصص في الشئون الاقتصادية وتوزيعها حوالي ٣٠٠ الف نسخة.

- مجلة الايكونوميست Economist: ومقرها في لندن أيضاً، وهي متخصصة في الشئون الاقتصادية، تحمل الأخبار والتحليلات الاقتصادية، وتطبع في فيرجينيا، لندن، سنغافورة، ويصل توزيعها إلى حوالي ٥٠٠ الف قارئ.

- الطبعة الدولية من جريدة والـ ستريت جورنال Wall Street Journal: والوال ستريت جورنال أمريكية متخصصة في شئون المال والاقتصاد، وتوزع طبعتها الدولية حوالي ٩٠٠ الف نسخة في أوربا وآسيا.

وهناك صحف ذات طابع إقليمي دولي، مثل الأهرام والشرق الأوسط والحياة التي تصدر طبعات عربية في أكثر من مكان في الوقت نفسه.

ومن الجرائد الأخرى التي تتمتع بمكانة دولية: نيويورك تايمز New York Times الأمريكية، لوموند Lemonde الفرنسية، ايل باي Elpais الاسبانية التايمز Times البريطانية، الستاتسمان Statesmsn الهندية، والأهرام المصرية.

أما المجلات ذات الطابع الجماهيري فأهمها مجلة ريدرز دايجست Readers Digest (المعروفة باللغة العربية باسم المختار) وتنشر حوالي ٤٠ طبعة دولية لـ ١٥ لغة توزع في دول العالم كلها ويقرأها أكثر من ٢٨ مليون قارئ.

وهناك مجلة تايم Time الأمريكية التي تصدر عن شركة وارنر، ولها طبعة دولية يصل توزيعها إلى حوالي ٨ مليون نسخة في ١٩٠ دولة، كما أن لها طبعات في اليابان والصين، ومن نفس النمط الذي تمثله Time وهو نمط المجلة الأخبارية نجد مجلة نيوزويك Newsweek الأمريكية وتوزيعها الدولي أيضاً تجاوز النصف مليون نسخة، وتوزع مجلة أم آس MS في بريطانيا واستراليا ونيوزيلندا كما تحظى مجلات اقتصادية مثل بيزنس ويك Business Week وفورشن Fortune بمكانة دولية آخذة النمو.

وتتحكم في التدفق الدولي للمعلومات في العالم عدد من وكالات الأنباء هي رويترز Reuters البريطانية، اسوشيتدبرس Associated Press الأمريكية، وكالة الأنباء الفرنسية Agence France Press، وكالة اليونايتدبرس الأمريكية United Press International، وكالة انترتاس Inter-Tass الروسية، كما توجد مؤسسات إخبارية متخصصة في شكل وكالات للخدمات الصحفية مثل وكآلتي نيويورك تايمز New York Times Syndicate ولوس انجلوس تايمز Los Anglos Times Syndicate.

الفصل الثاني

وظائف الصحافة

الفصل الثاني
وظائف الصحافة

وظائف الصحافة في المجتمعات النامية:

لقد ظهر اصطلاح المجتمعات النامية عقب الحرب العالمية الثانية وقد قصد به الاشارة إلى ما كان يسمى قبل هذه الحرب بدول ما وراء البحار وأغلبها كان خاضعاً للاستعمار الغربي.

والنسبة الكبرى من هذه الدول تضم مجتمعات مختلفة، أي تلك التي تسودها أساليب انتاج متخلفة مع ما يرتبط بذلك من بنيان ثقافي متخلف، أما مظهر التخلف فيكمن في اختلال الهيكل الاقتصادي، مثل اختلال العلاقة بين الموارد البشرية والموارد المادية، والاختلال بين نسبة الصادرات إلى نسبة الواردات.

ومن مظاهر هذا التخلف أيضاً، تخلف البنيان الاجتماعي الذي يكمن في سيادة قيم وعادات وأنماط سلوك متخلفة، أي لا تتلائم مع مقتضيات النمو الاقتصادي وقد أطلق على هذه الدول المتخافة اصطلاح الدول النامية تخفيفاً للوضع السئ للاصطلاح الاول من ناحية، ثم للاشارة إلى المحاولات الجدية من جانب بعض هذه الدول لتخطي الواقع المتخلف من ناحية ثانية.

ولقد أطلق على عملية تخطي الواقع المتخلف: التنمية.. !

ويقصد بها عملية نقل المجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم أو عملية الانتقال من الوضع الاجتماعي المتخلف إلى الوضع الاجتماعي المتقدم، وهذا التقدم يقتضي تغييراً جذرياً في أساليب الانتاج المستخدمة بما تتضمنه من قوى الانتاج وعلاقات الانتاج، وتتطلب تغييراً جذرياً في البنيان الثقافي.

ولقد ترتب على هذا الواقع المتخلف في الدول النامية أن انفردت الصحافة في هذه الدول بأداء وظيفة هامة وهي: المساهمة في التنمية لوطنية، ويمكن أن ندرك أهمية هذه الوظيفة الجديدة للصحافة في المجتمعات النامية عندما نعترف والواقع العملي يؤكد ذلك، أن التنمية لا تتحقق إلا بمشاركة جميع أفراد الشعب.

ولكي تتحقق المشاركة الشعبية في التنمية لابد للشعب أن يعرف ويدرك الأبعاد الحقيقية للمشكلات الأساسية التي تواجهه.

ولكن معرفة الشعب وادراكه للمشاكل لا يكفي لدفعه إلى المشاركة في التنمية وانما لابد من إثارة اهتمام المواطنين بقضايا التنمية وذلك بربط هذه القضايا بمصالح الافراد ومصائرهم.

وإذا توفر ذلك كله فلن يكتمل اعداد الشعب للمشاركة في التنمية إلا إذا رافق ذلك العمل على تغيير القيم والعادات وأنماط السلوك المتخلفة بين أفراد الشعب نفسه.

والمشكلة الأساسية لمعظم الدول المتخلفة ليس الفقر في الموارد الطبيعية وحده وانما في الفقر في الموارد البشرية أيضاً.

ويترتب على ذلك أن التنمية لن تتحقق إلا بأمرين:

الأول: ثورة مادية تتمثل في الزيادة المطردة في الانتاج لضمان عدالة التوزيع واتاحة فرص العمل وبزيادة الدخل القومي.

الثاني: ثورة فكرية مجالها المواطن نفسه وتتمثل في التحول الفكري لدى الجماهير عن المثل والقيم والعادات وأنماط السلوك المتخلفة إلى المثل والقيم والعادات وأنماط السلوك التي تتلائم مع عملية التنمية.

وللصحافة في المجتمعات النامية دور هام في تحقيق هاتين الثورتين فهي تستطيع أن تساهم في تحقيق الثورة المادية بالدعوة إلى زيادة الانتاج والدعوة إلى التتصنيع وميكنة الزراعة والحد من الاستهلاك أو ترشيده وبزيادة الوعي الادخاري والامن الصناعي والارشاد الزراعي والرعاية الصحية وتنظيم الاسرة، ومحو الامية والدعوة إلى وقف زحف أهالي الريف إلى المدن، بالاضافة إلى العمل على نشر الأفكار الجديدة، واشاعة النظرة العلمية، والثحافة تستطيع أن تساهم في تحقيق الثورة الفكرية في المجتمعات النامية وذلك عن طريق جعل القارئ على اطلاع كامل بخلفية القضايا العامة التي تواجه التنمية وهي يمكن أن تكشف له عن أسباب اتخاذ القرارات التي تتعلق بهذه القضايا ويمكن أن تكشف عن مدى سلامة هذه القرارات أو خطأها.

والصحافة يمكن أن تطلع الشعب على سياسة الحكومة وذلك لكي يستطيع أن يفهم هذه السياسة وان تساعده في التأقلم معها، فلا يخفى علينا أن الطبيعة الفردية

لنسبة كبيرة من أنظمة الحكم في الدول النامية تجعل الصحافة مطالبة بأن تلعب دور (الوسيط) بين الشعب والحكومة.

والصحافة يمكن أن توجه وتنظم الحملات الصحفية لتعبئة أفراد الشعب لخدمة عملية التنمية، واشاعة روح التضحية بين المواطنين.

والصحافة يمكن أن تبرز وتكشف عن الجوانب السلبية والمعطلة لعملية التنمية وخاصة تلك الجوانب التي تتعلق بالعادات والتقاليد وأنماط السلوك المتخلفة.

فالصحافة مسئولة عن دحض هذه العادات والتقاليد المتخلفة واقتلاعها من جذورها، والكشف عن خطرها على عملية التنمية.

ويمكن في النهاية تلخيص الوظيفة التي تقوم بها الصحافة في خدمة عملية التنمية في المجالين **التاليين**:

الأول: أن تقوم بدور ((المنبه)) للتنمية وذلك بإثارة اهتمام المواطنين بقضايا التنمية، وربط هذه القضايا بمصالح المواطنين ومصائرهم.

والثاني: حشد الدعم الشعبي للتنمية وذلك من أجل تحقيق هدف بدونه تفقد عملية التنمية مضمونها وهو المشاركة الجماهيرية في التنمية الوطنية.

وظائف الصحافة في المجتمعات المتقدمة:

يقصد بالمجتمعات المتقدمة تلك المجتمعات التي تسودها أساليب انتاج متقدمة مع ما يرتبط بذلك من بنيان اجتماعي متقدم، أما مظهر هذا التقدم فيكمن في التوازن بين الهياكل الاقتصادية وتقدم البنيان الثقافي والاجتماعي، والاخير يتجسد في سيادة القيم والعادات وأنماط السلوك المتلائمة مع التقدم الاقتصادي.

ولقد تمكنت المجتمعات المتقدمة عبر قرنين من الزمان وبوسائل متعددة، من أن تقيم ما يسمى بمجتمع الرفاهية أو مجتمع الوفرة حيث يرتفع الحد الادنى لدخل الفرد الفعلي إلى مستويات عالية وهو الامر الذي يتيح لغالبية المواطنين التمتع بانجازات التقدم الحضاري الحديث. وقد نتج عن ذلك أن سيطرت على مواطن المجتمعات المتقدمة رغبة جارفة للاستمتاع بنتائج هذا التقدم، وقد استجابت الصحافة الحديثة في المجتمعات المتقدمة لرغبات مواطنيها فاستحدثت وظيفة جديدة للصحافة يمكن أن نسميها: تقديم الخدمات التي يحتاجها القارئ في حياته اليومية. وهي خدمات تستهدف تيسير

سبل الحياة أمام القارئ ومعاونته في الاستمتاع بانجازات التقدم الحضاري التي يتيحها له انتماءه إلى مجتمع متقدم، فالصحافة تقدم لمثل هذا القارئ التفاصيل اليومية لبرامج السينما والمسرح والاذاعة والتليفزيون. وهي تقدم أيضاً أرقام الهاتف للصيدليات التي تفتح أبوابها طوال الليل، وهي تقدم أسعار العملة والاسهم والسندات والمعادن النفيسة، وهي تقدم أرقام الهاتف وعناوين الأطباء بمختلف تخصصاتهم، وهي تقدم مختلف المسابقات والمراهنات والمزايدات، وهي تقدم الوظائف الخالية وتساعد على شغلها، فتساعد الطرفين العامل ورب العمل، وهي تعلن عن الأشياء المفقودة، وهي الوسيط في الاعلان عن الاشياء المستعملة وتساعد على بيعها، وهي تقدم تفاصيل المحاضرات والندوات والمعارض وأماكنها، بل لقد وصل الامر بالصحف أن تقدم اعلانات الزواج.

وفي السنوات الاخيرة انتشرت في أوربا وفي بريطانيا بالذات تجارة البيع عن طريق الاعلان في الصحف وقد لاقت هذه التجارة رواجاً منقطع النظير لانها تتيح للمستهلك أن يشتري ما يحتاج اليه وهو جالس على مقعده الوثير في منزله دون أن يكلف نفسه عناء الانتقال إلى الاسواق بحثاً عن المطلوب الذي يفتش عنه أحياناً أياماً طويلة وقد لا يجده.

وقد بلغ من المنافسة بين الصحف في هذا النوع من الخدمة أن تبارت كل صحيفة في تقديم الاغراءان إلى الزبائن من القراء، وأبرز هذه الاغراءات هو السماح للقارئ الذي يشتري أية سلعة بواسطة الصحيفة أن يجرب هذه السلعة في منزله خلال فترة تمتد بين عشرة أيام وشهر، وإذا لم تعجبه يستطيع أن يعيدها إلى الصحيفة ويسترجع ثمنها.

ورواج هذا النوع من التجارة (التجارة الصحفية) جعل بعض الصحف تنشئ فروعاً خاصة لديها لتسويق بعض السلع ممهورة باسمها على أساس أن تكون عرضاً مغرياً من جهة وصحيحاً من جهة أخرى وتتعاون الصحف في هذا المجال مع التجار في تقاسم الأرباح. ان شيئاً من هذه الخدمات يقدم في بعض الصحف التي تصدر في مجتمعات غير متقدمة، ولكن وجودها غالباً ما يرجع إلى التقليد أكثر مما يلبي احتياجات حقيقية لقارئ هذه الصحف. ثم أن هذه الخدمات قد تكون موجهة في مثل هذه المجتمعات غير المتقدمة إلى قلة ضئيلة (مرفهة) في حين أنها توجه في المجتمعات المتقدمة إلى غالبية المواطنين.

ثم يبقى أن الوظيفة التي تؤديها الخدمات الصحفية في المجتمعات غير المتقدمة تظل محدودة بينما هي تتسع وتتشعب في الدول المتقدمة لتشمل غالبية مجالات النشاط الاجتماعي وبحيث صارت تشكل الطابع العام للعمل الصحفي في المجتمعات المتقدمة.

فاذا حق لنا أن نطلق على الصحافة في المجتمعات الاشتراكية: صحافة الدعاية الايديولوجية، وأن نطلق على الصحافة في المجتمعات النامية: صحافة التنمية الوطنية فانه يحق لنا أن نطلق على الصحافة في المجتمعات المتقدمة: صحافة الخدمات.

وهناك وظائف أخرى للصحافة ما يلي:

وظيفة الاستطلاع أو مراقبة البيئة:

وهي أهم زظئف وسائل الإعلام، وكذلك الصحافة وهي ما درجنا على وصفه بدور وسائل الإعلام في استقصاء الأنباء والمعلومات، فهذه الوسائل الإعلامية بما تملكه من شبكات واسعة في جميع انحاء العالم من مراسلي الصحف والتليفزيون والإذاعة تستطيع بالطبع أن تجمع المعلومات التي قد نعجز نحن أنفسنا على الحصول عليها إضافة إلى التقارير.

ويقسم البعض وظيفة الاستطلاع أو مراقبة البئة إلى نوعين رئيسيين:

- النوع الأول: الاستطلاع التحذيري والذي يتمثل في قيام وسائل الإعلام بإبلاغنا عن المخاطر التي تهددنا مثل الهجوم العسكري، والكساد الاقتصادي، وزيادة التضخم.
- أما النوع الثاني: وهو الاستطلاع الأدائي أو الخدمي فيتمثل في نقل المعلومات التي يستفيد متها الأفراد وتساعدهم في حياتهم اليومية.

وفي ظل اعتمادنا على وسائل الإعلام لأداء هذه الزظيفة الاستطلاعية وبعد أن أصبحت الأنباء تنتقل بشكل أسرع بكثير وخاصة منذ مجيء الإعلام الإليكتروني، المتمثل في القنوات الفضائية، ثم شبكة الانترنت، وإذا كان الأمر فيما مضى يستغرق شهوراً لإنتقال الأنباء عبر المحيط الأطلنطي، أصبح الآن لا يستغرق سوى ساعت قليلة، بل دقائق، الا أن هذه السرعة قد صاحبتها بعض السلبيات والوقوع في مشكلات مثل عدم الدقة وشويه الأنباء، وربما تزييف الأنباء أو توجيه الرأي العام نحو وحهة معينة.

الوظيفة الإخبارية:

وهـذه الوظيفـة تتصـف بـأهم الغرائـز البشـرية وأظهـر صـفة مـن صـفات الإنسان الاجتماعية وهي حب الاستطلاع لمعرفة الأنباء والاطمئنان إلى البيئة داخلياً وخارجياً، ومن الثابت أن رغبات الفرد كالبحث عن الطعام والمأوى والجنس ترتبط برغبات أخرى كالتعرف على الآخرين ومراقبة البيئة وجمع المعلومات المفيدة عن الطبيعة والإنسان والحيوان، وهذه هي أهم سمة من سمات الإنسانية التي تساعد الفرد على التكيف مع البيئة والانسجام مع غيره من الناس الذين يعيشون معه، لأن هذا التكيف مع البيئة والانسجام مع الجماعة هو الدليل على الصحة النفسية والسلامة الاجتماعية.

ينتج عن عملية الاستطلاع ومراقبة البيئة التي تقوم بها وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة، تحقيق الوظيفة الإخبارية، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار والتي يشترط أن يحصل عليها كمادة أخبارية صرفة، لايجوز التحريف فيها أو التغيير وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر، اما في حالة التعليق على الأخبار فيمكن للصحيفة أن تقوم بذلك بطرق تتفق مع الفئات اللمختلفة لجمهور الصحيفة، ومهمة التعليق الأولى هي توضيح نقاط الخبر الغامضة.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر:

١. التكامل: ولذلك فلابد من تتبع الخبر ونشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكملة له سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

٢. الموضوعية: وهي أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديمقراطية، إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية، لايمكن تحقيقها، ومهما حاول الصحفي الوصول إليها فسوف تظهر بعض العناصر والاتجاهات الفردية، وعلى الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي، ولتحقيق هذا المبدأ لابد من البحث والتحقق من صحة الخبر وأركانه، وهنا لابد من التفرقة بين عدم كفاية الموضوعية لأسباب خارجة عن الإرادة، وبين التحريف المتعمد للخبر.

٣. الوضوح: والمقصود هو الوضوح في العرض الذي يؤدي إلى فهم المحتوى ولذلك فعلى الصحافة أن تعرض الأخبار والتعليقات بطريقة واضحة يفهمها المختصون

وعامة الشعب على السواء، وتنطوي مهمة الوضوح في العرض في أحد جوانبها على خطر التبسيط الذي قد يذهب بها إلى التحريف، وبالتالي إلى عدم فهم المشكلة كما ينبغي، ومن هنا ينبغي الحذر من المبالغة في التبسيط لان ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بإهمالهم.

وجوهر الوظيفة الإخبارية للصحافة هو تقديم تقارير تتضمن معلومات عن أحداث وأفكار حالية وسابقة وذلك من خلال الأشكال الصحفية المختلفة خاصة الأشكال الإخبارية.

وظيفة الخدمات العامة:

من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن وظيفة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة أخبار المواطنين بمواعيد شركات الطيران الوطنية وبأخبار السينما والمسرح والنقد ومواعيد المحاضرات العامة وأماكنها والنشرة الجوية وإعلانات الوظائف والإعلانات التجارية وأخبار الأسواق المحلية والعالمية وأخبار أسواق الأوراق المالية والمعاهدات التجارية إلى غير ذلك الكثير، وبذلك فهي توفر على المواطن كثيراً من العناء في عملية البحث عن حاجياته اليومية وتنقل له أخبارها داخل منزله، مؤدية بذلك خدمة عامة، وهناك تيار صحفي الآن يطلق عليه تيار صحافة الخدمات ينتشر في الصحافة في العالم ويعالج الأحداث والأفكار من زاوية أو من وجهة نظر فائدة القارئ المباشرة.

وظيفة توثيق الأحداث:

نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة وهي الإعلام أو الأخبار، وظيفة جديدة هي التوثيق فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الانسيكلوبيدية أو الموسوعية وكذلك القضايا والوضوعات التي تعالجها الكتب حقائق قديمة، وهكذا تجد الصحافة المعاصرة نفسها، وقد اسند إليها دور تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها، وذلك بفضل دوريتها التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور خير مما يقوم به الكتاب الذي لأبعاد طبعة بسرعة دورية الصحيفة، فضلاً عن أن عدد قراء الكتاب أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة.

وقد شهد ربع القرن الأخير مايمكن أن نسميه بثورة المعلومات التي تجاوزت كل توقعات المؤرخين، ولم يعد في قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف أن يلبي حاجة المؤرخين إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة أو متابعتها، وهو الدور الذي نجحت الصحافة في القيام به، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية غي حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع وتحليلها، والصحفي يكوت مصدراً رئيسياً للمؤرخ حين يتعلق الأمر بتسجيل وقائع الحياة اليومية أو حين يتعلق الأمر برصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد أو حين يتعلق الأمر بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

وتكون الصحافة مصدراً للتاريخ عندما يتعلق الأمر بدراسة الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية لمرحلة معينة من المراحل التاريخية في مجتمع معين

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين: أولهما: رصد الوقائع وتسجيلها ووصفها والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تعتبر أحد مصادر التاريخ، وثانيهما: القيام بقياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة.

وظيفة الشرح والتفسير والتحليل:

لا تستطيع الصحافة الوفاء بحق الجماهير في المعرفة من خلال استقاء الأنباء ونشرها فقط أو تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الأحداث الداخلية والخارجية، بالرغم من أهمية المعلومات في حد ذاتها، وأنها تعتبر الركيزة التي يقوم الأفراد بصياغة قراراتهم ومواقفهم على أساسها.

إلا أن تقديم البيانات والمعلومات في ذاتها عملية غير كافية، لذلك فلابد أن تقوم الصحافة بتحليل هذه الأحداث وتقديم شرح لها، فالكثير من الأحداث لايمكن فهمها دون معرفة خلفية هذه الأحداث وتطورها التاريخي، وإهمال تقديم هذه المعلومات الخلفية يؤدي في الكثير من الأحيان إلى عملية تضليل وسوء فهم لهذه الأحداث.

ويرى البعض أن التحليل أو التفسير والتعليق يمثلان جانباً مهماً من الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام سواء من ناحية الجمهور أو من ناحية الوسائل ذاتها، فمن ناحية الجمهور تبدو كثير من الأخبار غير مفهومة وغير ذات دلالة ما لم تقدم لها خلفية

تاريخية أو شروح لبعض المصطلحات أو تفسيرات لدلالاتها وعلى الرغم من أهمية الحقائق كأساس للتقارير الإخبارية إلا أنها بحاجة إلى تفسير.

ويلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة لأداء مهمة تحليل وتفسير الأحداث والتعليق عليها مثل:

- التحليلات الإخبارية.
- المقالات الافتتاحية.
- أساليب التغطية التفسيرية.
- التفسيرات والملخصات الأسبوعية للأحداث.
- الرسوم الكاريكاتورية الساخرة.
- الحملات الصحفية.
- الأعمدة الصحفية.
- مقالات التعليق.
- رسائل القراء.

وظيفة تكوين الرأي العام:

الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامةالتي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، فالرأي العام يمثل محصلة الآراء والأحكام السائدة في المجتمع، وهذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار وتختلف في وضوحها ودلالاتها في عقول الأفراد، ولكنها تصدر عن اتفاق متبادل بين غالبيتهم رغم اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، ومبلغ تحقيقها لنفعهم العام ومصلحتهم المشتركة.

وينبه البعض إلى ان المفهوم الشائع عن الرأي العام هو انه مجرد رد فعل بسيط أساسه العرف والتقاليد، بل هو حصيلة امتزاج العواطف والأفكار، واختلاط التحيزات بالحقائق، وتصارع المصالح والمبادئ، وهو ليس رأياً كلياً أو مطلقاً بمعنى الكلمة، فلا يكون مطلقاً في عموميته إلا نادراً، ولذلك فإنه يقصد بالرأي العام في هذا المجال الرأي الغالب أما الرأي العام المتصل اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافي فيطبق

عليه الاتجاه العام، وهو مجموعة العادات والتقاليد التي تمثل اتجاهاً ثابتاً يتصف بالدوام، بعكس الرأي العام الذي يتصف بالحركة والتغيير.

وهناك عوامل مختلفة تتفاعل تفاعلاً ديناميكياً تؤدي في النهاية إلى تكوين الرأي العام، ويلاحظ أن تكوين الرأي العام لا يتم نتيجة إضافة أو جمع هذه العوامل، ولكنه نتيجة لتفاعلها، وأهم العوامل الداخلة في تكوين الرأي العام والموجهة له هي:

١. الثقافة أو التراث الثقافي.
٢. عملية التنشئة الاجتماعية.
٣. القادة.
٤. الحوادث.
٥. الحزب.
٦. وسائل الإعلام والاتصال.
٧. الإشاعات.
٨. الجماعات.
٩. نمطية الجماعات، أو الصور النمطية عن الجماعات.
١٠. الشعارات.
١١. المصالح المباشرة للجماهير.

ويصف البعض الصحافة بأنها تحتل المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير على الرأي العام ويرجع ذلك لعدة أسباب من أكثرها أهمية أن الصحافة تعنى أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأنباء وتفاصيلها، حيث أثبتت الصحافة في هذا العصر أنها قادرة تماماً على تشكيل الرأي العام والقيام بدور قيادي مؤثر في تكوين اتجاهاته، ومن أجل ذلك فإن النظم الديمقراطية في العالم تحرص على إعطاء الصحافة أكبر قدر من الحرية لتكون المرآة الصافية لتي تعكس آمال الشعب والأمة وأحلامه ونطلعاته ورضاه أو سخطه، ولتقوم أيضاً بدورها ورسالتها الهامة في توعيته وتنويره في صدق وشرف والتزام.

وأنها لحقيقة أن الصحف تؤثر في الرأي العام وتتأثر به في نفس الوقت، وتقوده وتنقاد له في آن معاً، ومع ذلك فإنها اعتبرت خلال هذا القرن الذي يوشك على الإنتهاء من أقوى وسائل الإعلام وأكثرها قدرة على تكوين الرأي العام ووجدان الجماهير.

ويقسم الدكتور مختار التهامي محتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها على الرأي العام إلى ثلاثة **أقسام**:

القسم الأول: له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات حيث يتسم هذا القسم من مواد الجريدة بالتحيز المتعمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

القسم الثاني: قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام، فبرغم أن الطرايف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة والتي قد تدور حول الخرافة والجنس والجريمة قد لاتكون موجهة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر، فلاشك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن، مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي واتجاهاته عاجلاً أم آجلاً.

القسم الثالث: قسم ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام، ومن المواد الصحفية التي تندرج تحت هذا القسم صفحة الوفيات والنشرة الجوية وبرامج الإذاعة والتليفزيون والسينما، فمثل هذه المواد لا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليست موجهة في الظروف العادية إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة.

وان كانت هناك أحياناً استثناءات تفرضها أوضاع بعينها ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المغرضة التي قد تقوم بها بعض الجهات والتي تستغل عادة كل أبوب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

والصحافة تؤثر في الرأي العام عن طريق طريق الخبر والمقال والتعليق والأحاديث الصحفية والتحقيقات والإعلان والصور الكاريكاتورية وما بين السطور وحتى يكون للصحيفة هذا الأثر الذي تتحدث عنه في تكوين الرأي العام وكسب ثقة القارئ واحترامه، ينبغي أن تحرص في سياستها بالنسبة للخبر على المبادئ **التالية**:

- أن يكون الخبر الذي تنشره صحيحاً، فالخبر هو عصب الصحيفة، وهو الذي يخلق الرأي العام الذي تؤثر فيه الصحيفة، فلا يجب على الصحيفة أن تعمد إلى تحريف الخبر أو المبالغة فيه، أو تزييفه، لأن ذلك يمثل خطراً بالغاً على الصحيفة نفسها من جهة ثم على القارئ الذي يتوقع من الصحيفة لصدق في أخبارها والدقة والأمانة.

فمن بديهيات العمل الصحفي "أن الخبر ليس ملكاً للصحيفة وليس ملكاً للرأي العام ولكنه ملك فقط للحقيقة" وان الصحيفة لا تملك أن تنشر أي خبر بالطريقة التي تريدها أو تختلقها، ولكنها ملزمة بحكم شرف المهنة أن تلتزم الصدق والنزاهة فيما تنشره من أخبار.

- من حق الصحيفة بعد أن تنشر الخبر بكل الأمانة والصدق، أن تعلق عليه بما تراه متمشياً مع سياستها، وبما يسمح للقارئ، ويمكنه بعد قراءاة الخبر وتدبره من تكوين رأي له حوله.
- أن تكون هناك متابعة من الصحيفة للخبر بعد نشره والتعليق عليه، فبهذه الصورة يتكامل الخبر في ذهن القارئ وضميره، ويصبح لد بدايته ومنتهاه، ونتحقق رسالة الصحافة وتتأكد دورها القيادي في تكوين الرأي العام.
- وقسم علماء الرأي العام في العالم الصحافة من ناحية تكوينها للرأي العام والتأثير عليه إلى صحافة رأي وصحافة خبر. وهذا التقسيم لا يعني وجود صحافة تقتصر على نشر الأخبار وأخرى تقتصر على نشر مقالات الرأي والتوجيه، وإنما يقصدون بهذا التقسيم تغليب بعض الصحف لهذا الاتجاه أو ذاك فهناك صحف تعني بالرأي والتوجيه والتعليق على الأخبار وإيضاح مغزاها السياسي والاجتماعي واستخدامها في الدعوة لمذهب سياسي واجتماعي معين، وفي تأييد الحكومة القائمة أو معارضتها، وفي الكفاح في سبيل قضايا معينة قومية كانت أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

وصحافة الرأي هي التي تدين بمذهب من المذاهب السياسية أو الاجتماعية أو نظرية من نظريات الاقتصاد، ولا تحفل الصحافة كثيراً بالخبر، لأن الخبر ليس هدفاً من أهدافها، وإذا نشرت بعض الأخبار تنتقي منها ما يتفق مع تامذهب الذي تعتنقه

وتخدمه، وهذا النوع من الصحافة أقل انتشاراً، لأن قراء صحف الرأي قليلون في أي بلد من البلاد، ولان إيقاع العصر السريع لم يعد يمنح القارئ الوقت الكاف للقراءة الطويلة المتمهلة ومع ذلك فإن صحافة الرأي هي الموجهة الحقيقة للرأي العام.

أما صحافة الخبر فإنها تعطي كل اهتمامها للأخبار، وتستقطب بها اعداد غفيرة من القراء، ولذلك فهي أكثر توزيعاً وأوسع انتشاراً من صحافة الرأي، ومن الحقائق المسلم بها أن صحافة الخبر حين تلتزم الصدق والموضوعية والأمانة فيما تنشره من أخبار فإنها تلعب حينئذٍ دوراً بالغ الأهمية في تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهاته، والعكس صحيح، فإن هناك في الحقل الصحفي ما يسمى بالصحافة الصفراء وهي تلك التي تعمد إلى تزييف الخبر، والتركيز على المثير فيه، وما يتصل بالجنس والجريمة بصفة خاصة، ويلقي هذا النوع من الصحافة إقبالاً كبيراً من القراء في معظم أنحاء العالم، ولكن المجتمع العالمي ينظر إليه كنوع من السموم لعقول الناس وأخلاقياتهم، والمخربة للمجتمعات ولطاقات الشباب بصفة خاصة.

وحتى تكون الصحافة وسيلة بناء لتكوين الرأي العام، وأداة حقيقية للتوعية والتنوير، لابد أن تتمتع بأكبر قدر من الحرية، فالصحافة المقيدة عقيمة وعديمة القيمة، ولا تأثير لها على الإطلاق على المجتمع، واكاتب الذي تقيده المحظورات والمحاذير لا يستطيع أن يسطر بقلمة كلمة نافعة أو مجدية، لأن فاقد الشئ لا يعطيه، وهو عاجز بطبيعة الحال عن أن يقدم فكرة سليمة، أو رأياً صائباً أو وجهة نظر ذات مضمون.

وظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع:

من الوظائف التي يجب أن تقوم بها الصحافة الحرة – صحافة المجتمعات الليبرالية – نيابة عن المواطنين حراسة المجتمع من إساءة استخدام السلطة، انطلاقاً من أن الحكومات حتى وان وصلت إلى الحكم عبر الطريق الديمقراطي فإنه قد تميل إلى ارنفراد بصنع القرارات وإلى حماية نفسها وأشخاصها ومن هنا فإن هناك إمكانية كبيرة في كل أنواع المجتمعات لإساءة استخدام السلطة والصحافة تكمل دور البرلمان في حماية المجتمع من ذلك. كما أن الصحافة لابد أن تعمل على حماية المجتمع ضد استغلال السلطة، ذلك أن الكثير من الأشخاص في المجتمعات المختلفة يقومون

باستغلال سلطاتهم لتحقيق مكاسب أو منافع شخصية على حساب المجتمع ويقومو
بإهدار إمكانيات المجتمع لتحقيق هذه المنافع الشخصية. والصحافة الحرة المتعدد
والمتنوعة هي التي تستطيع حراسة المجتمع وحمايته من الكثير من المشاكل التي
تحدث. ويساعدها على القيام بهذا الدور الحرية الواسعة الت تتمتع بها الصحف في هذ
المجتمعات الليبرالية من ناحية ثم الحماية التي يكفلها القانون للصحف التي تتعرض
لقضايا الانحرافات من بطش السلطة الحاكمة من ناحية ثانية، كذلك فالقانون في
هذه المجتمعات يعطي الصحفي حق الإفشاء بأسماء المصادر التي تغذيه بالمعلومات من
ناحية ثالثة.

كما أن الصحافة تستطيع أن تجعل المجتمع كله هو صاحب القرار، وبالتالي فإن
المجتمع يستطيع أن يجبر الحكومة على القيام بعمل معين لصالح المجتمع، وعلى سبيل
المثال فقد قامت جريدة النيويورك تايمز وجريدة الواشنطون بوست في عام ١٩٧١م بنشر
أوراق البنتاجون حول الدور الأمريكي في فيتنام واكتشف الشعب الأمريكي أن
الحكومات المتعاقبة التي تنتمي إلى الحزبين الجمهوري والديمقراطي كانت تكذب
عليه بشكل منظم ومستمر، واكتشف الكونجرس نفسه أنه لك يكن يعرف سوى
القليل عن حرب فيتنام، كما أصيبت الحكومة بصدمة شديدة نتيجة لنشر هذ
الوثائق التي جعلت الشعب يعرف حقيقة ما يحدث في هذه الحرب، ولم تفلح الحكوم
في محاولتها لمنع الصحافة من نشر هذه الوثائق حيث أيدت المحكمة العليا حق
الصحف في نشر وثائق البنتاجون، ونتيجة لذلك اضطرت الحكومة الأمريكية إلى
سحب قواتها من فيتنام ويعلق سانفورد بونجر على ذلك بأن الصحافة الأمريكية قد
استطاعت بهذا العمل ان تسهم بشكل ملحوظ في الحفاظ على حيوية النظا
الأمريكي. كذلك استطاعت الصحافة الأمريكية بكشفها لقضية وترجيت أن تجبر
الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون على الاستقالة لكنها حافظت على العملية
الديمقراطية في المجتمع الأمريكي.

وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك:

يزداد تماسك المجتمع وتوحده حول أهداف عليا يسعى إلى تحقيقها أو حلم عام مشترك ولا شك أن الصحافة تستطيع أن تقوم بدور مهم في تحقيق هذه الوحدة وهذا التماسك حول هذه الأهداف العليا.

كما يزيد من تماسك المجتمع إحساس أفراده بالتميز الحضاري والثقافي والإحساس بان لديهم حيوية تميزهم عن غيرهم من الشعوب، وتستطيع الصحافة أن تقوم بدور حاسم في هذه العملية فتعمل على تعميق الأساس بالهوية والتميز الحضاري والثقافي للامة من خلال النوعية الدائمة للشعب بالرموز التاريخية والوطنية والاسهامات التي قدمها الشعب أو أسلافه في الحضارة الإنسانية، بالإضافة إلى نقل التراث الثقافي إلى الأجيال الجديدة بما يسهم في تحقيق الارتباط الثقافي بالوطن.

كما تقوم الصحافة بالتوعية الدائمة بالمنظومة القييمية للأمة، والدفاع عنها وزيادة قدرة المجتمع على التمسك بها وحمايتها، وهو ما يسهم في النهاية في توحيد إطار الخبرة المشتركة للشعب، ويزيد من إمكانية التفاهم بين أفراده ولا شك أن الصحافة هي أقدر وسائل الإعلام على القيام بهذا الدور.

وظيفة التنمية الثقافية:

يسود منذ أوائل السبعينات مفهوم جديد للثقافة يوسع نطاقها بحيث يشمل أساليب حياة الشعوب، ويعتبر التنمية الثقافة عنصراً أساسياً من عناصر التنمية الشاملة لأي مجتمع، فالثقافة لم تعد هي الآداب والفنون الرفيعة المستوى التي يفبل عليها الصفوة من المواطنين، بل هي نظرة الناس إلى الكون والحياة وسلوكهم في حياتهم اليومية الخاصة والعامة وبالتالي فهي تشمل العقيدة والفلسفة والعلم والأدب والفن وهي المعيار الذي يقيمون به الصواب من الخطأ وهي التراث الذي يصلونه إلى أجيال تأتي من بعدهم.

وثقافة الأمة هي تنظيم جميع السمات المميزة لها من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية كما تشمل تطلعات الإنسان للمثل والبحث الدائب عن مدلولات جديدة لحياته وقيمة ومستقبله.. أنها على الأقل تشمل علىلا ثلاثة مكونات هي: فيما يفكر

الإنسان؟ وماذا يفعلون؟ وماهي المنتجات التي ينتجونها؟ وعلى ذلك فان العمليات الذهنية والمعتقدات والمعلومات هي جوانب من الثقافة.

وتساهم الصحافة في بناء ثقافة المجتمع من خلال الدور المستمر الذي تؤديه بنشرها الأخبار والموضوعات المختلفة والمتنوعة يومياً، والتي تساهم في تكوين قيم ومعتقدات ومفاهيم ورؤى أفراد المجتمع، ثم سلوكهم اليومي ونظرتهم إلى الحياة وتبدو أهمية الصحافة الثقافية في اعتمادها على الكلمة المطبوعة ورخص سعرها وشعبيتها وبساطتها وإمكانية معالجتها لموضوعات متعمقة بعكس التليفزيون إلى جانب تغطيتها لكل اهتمامات القراء إضافة إلى الدور التثقيفي للمدارس والجامعات كوسائط تثقيفية يتوقف عند سن معين، بينما يستمر دور وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة في إمداد أفراد الجمهور بالمعلومات والآراء والخبرات والمعارف وهو ما يحقق التنمية الثقافية المتواصلة.

ويتوقف المستوى الثقافي لجمهور قراء صحيفة ما على المحتوى الذي تقدمه ومستواه ما بين جريدة تقدم المعلومة الصادقة والتحليل الجاد والخبار والتحقيقات التي تعالج قضايا المجتمع أو ترفه عنه بأدب وتوازن، وبين جريدة أخرى تركز على المعلومات المحرمة، والأخبار المختلفة، والقصص المثيرة، والصور العارية الفاضحة.

الوظيفة التنموية:

الدور التنموي للصحافة يمكن أن يتحقق من خلال أكثر من مستوى:

- المستوى الأول: تركز الانتباه على قضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة حيث يزداد الآن اعتماد المجتمع العصري الحديث على وسائل الاتصال الجماهيرية قياساً إلى أشكال الاتصال التقليدي أو المباشر، ومن هنا تأتي أهمية هذه الوسائل الجماهيرية نظراً لأنها ستتحكم في نوع المعلومات التي يمكن أن تبثها إلى الجماهير وقيمتها ومضمونها، وبالتالي فهي تتحكم ألى حد كبير فيما يمكن أن يعرفه الناس عن موضوعات وما يتحدثون فيه من قضايا.

وهكذا فإن الصحافة يمكن أن تركز الانتباه على موضوعات أو جوانب معينة دون غيرها في مجال التنمية، مما يجعل لهذه الموضوعات تأثيراً أكبر في آراء الناس في مجالات التنمية المختلفة واتجاهاتهم نحوها، كما يمكن الاحتفاظ بانتباه الجمهور

لفترة طويلة مركزاً على التنمية عن طريق توجيه الاهتمام من حين لآخر إلى عادة جديدة أو سلوك جديد ـ أو فكرة مستحدثة يتطلبها التغيير أو تفرضها عملية التنمية، وبالتالي يمكن استخدام الصحافة بفاعلية للتركيز على الموضوعات والقضايا المتنوعة المرتبطة بالتنمية، وذلك بدرجات متفاوته على مدار مراحل التنمية المتنوعة، بما يخدم أهداف التنمية، ويثير الاهتمام بالموضوعات المطلوب التركيز عليها ـ ويتيح معلومات كافيه عنها، ويوجه عملية الاتصال المواجهين المباشر والتي تؤثر في عملية تبني الأفكار المرغوبة واتخاذ القرارات بشأنها يوجهها في الاتجاه المحابي لمتطلبات التنمية.

المستوى الثاني: المساهمة في خلق المناخ الصالح للتنمية، وذلك عن طريق رفع التطلعات وبعث الطموحات لدى الأفراد نحو حياة أو مستقبل أفضل عليهم أن يعملوا على تحقيقه والوصول أليه، كما يمكن للصحافة أيضاً أن تسهم في تقديم المواد التي تساعد الجماهير على تغيير واقعهم الاجتماعي والثقافي والفكري والاقتصادي إلى واقع أرقى حتى يمكنهم الإسهام الإيجابي في تطوير بلادهم، وقد أثبتت دراسات بعض الخبراء أن وسائل الاتصال الجماهيري ذات تأثير فعال في رفع التطلعات، وأكدت هذه الدراسات نفسها أن التوجه نحو المستقبل الذي ما يعكس ازدياد الرغبة والتطلع إلى حياة أفضل، كما ينعكس في قدرة المواطن على تخطيط هذا المستقبل، يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات المتوافرة لديه والتي تتيح له إمكانية هذا التخطيط، كما يذهب كل من ماكيلاندوليرنر إلى وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع تعلية تطلعات الشعوب واستثارة طموحاتها شريطة أن تدرك الحكومات مخاطر هذه الاستثارة، وأن تكون قادرة على إشباع التطلعات حتى لا يحدث إحباط لدى فئات الجماهير بين ما تتطلع إليه وما يمكنها أن تحصل عليه فعلاً، وحتى يتحقق أكبر قدر ممكن من التوازن بين التطلعات والرغبات التي تستثيرها وسائل الاتصال وقدرة النمو الاجتماعي والاقتصادي على إشباعها، أي أن يكون هناك قدر من التوافق بين ما يثار الناس لأجله وما يمكنهم الحصول عليه، وأن تسعى الحكومات إلى سد الحاجات التي تستثيرها وسائل الاتصال الجماهيرية، وذلك كله تفادياً لما يطلق عليه صدمة المستقبل كنتيجة حتمية للإفراط في الإثارة دون تحقيق درجة الإشباع المرتقبة، مما يضطر الفرد إلى التصرف بشكل يتجاوز مداه الكيفي.

المستوى الثالث: المساهمة في تنفيذ الحملات التنموية: حيث أظهرت على سبيل المثال التجارب الأفريقية في استخدام الصحافة المحلية، الإمكانيات الهائلة للصحافة في مساندة حملات محو المية وفي الترويج للأفكار التنموية ووفرت تلت الصحف أيضاً مادة مقروءة ساعدت المواطنين على عدم فقدان المهارات التعليمية التي اكتسبوها، إذ توفر الصحف المحلية الفرصة والدافع للقراءة وتدعم الدروس التي تم تعلمها في الفصل الدراسي وتطور عادة القراءة.

وإضافة إلى ذلك قد توفر الصحافة الريفية معلومات تنموية بالإضافة إلى الأخبار وبهذا تساعد هذه الصحف على نجاح حملات تطوير الزراعة وتنظيم الأسرة والإرشاد الصحي... الخ.

وتشير بعض الحملات الرائدة الناجحة لمحو الأمية في بعض الدول إلى استعانتها بالصحافة في دعم المعرفة التي حصل عليها الأميون الذين محيت أميتهم ففي كوبا خصصت الصحف اليومية صفحة كاملة كل يوم للقراء الجدد الذين محيت أميتهم تشتمل على اهم الأنباء مختصرة ومطبوعة ببنط كبير.

الوظيفة الدبلوماسية غير الرسمية:

كثيراً ما تلعب الصحافة بل وسائر وسائل الإعلام الجماهيرية دور الدبلوماسية غير الرسمية والمعلنة بين الدول وبالذات في أوقات الأزمات، حين يشارك مندوبو أو مراسلو الصحف ووكالات الأنباء في المؤتمرات الصحفية مع الزعماء والقادة السياسيين المعنيين بالقضية لكي يطرحوا رأي الزعماء والقادة ووجهة نظرهم في الموقف أو الأزمة فيتلقاها الطرف الآخر ويرد عليها في مؤتمر صحفي، أو قد تعرض عليه من قبل مندوبي أو مراسلي الصحف ووكالات الأنباء أيضاً.

الوظيفة التسويقية:

تؤدي الصحافة الوظيفة التسويقية للسلع والمنتجات والخدمات وأحياناًالأفكار والأشخاص خلال الحملات الانتخابية من خلال الإعلان. والإعلان في القاموس المحيط للشيرازي هو المجاهرة، وكان المعلم بطرس البستاني أول عربي يعرف الإعلان بمعناه الإصطلاحي إذ يقول في دائرة معارفة ((أن الإعلان أو الإعلام بالفرنسية Avis أو Advertisement وبالانجليزية Notice أو Advertisement، وهو في اللغة "الإظهار والنشر" وفي

الإصطلاح "الإعلام بأمر مخصوص وطرقه كثيره، منها النداء من مكان مشرف وفي الأروقة وهو من أقدمها، ومنها تعليق أوراق في أماكن مخصوصة أو إدراج الخبر في جريدة من الجرائد". ويعتبر الإعلان أحد الجهود الاتصالية التي تسعى إلى التأثير في النشاط التسويقي وتحقيق أهداف تجارية، ويطلق على النشاط الإعلاني (النشاط الاتصالي التجاري) الذي يركز على استخدام مدخل الاتصال الاقناعي لتحقيق التأثير التسويقي المستهدف على جمهور المستهلكين الذين توجه إليهم الجهود الإعلانية بمختلف وسائلها. ويمكننا إذاً القول أن الإعلان هو كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة، والتي تقوم بها منظمات الأعمال والمنظمات غير الهادفة إلى الربح والأفراد والتي تنشر أو تعرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانية، وتظهر من خلالها شخصية المعلن، وذلك بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه على القيام بسلوك معين.

ويستخدم الإعلان كافة الوسائل الإعلامية كوسائل له كالصحافة، الراديو، التليفزيون، السينما، الفيديو، كما يستخدم الحوائط ووسائل النقل ووائل كثيرة وتعد الصحافة بإصداراتها المختلفة من الجرائد والمجلات من أهم وسائل الإعلان نظراً للسمات التي تتصف بها ولطبيعة جمهورها. ويؤدي الإعلان الصحفي ثلاث وظائف لأطراف صناعة الإعلان الثلاثة وهي: القارئ والمعلن والصحيفة.

فالقارئ يحصل من الإعلان على معلومات جدبدة عن سلعة أو خدمة أو فكرة جديدة، تعاونه في اتخاذ قرار الشراء. والمعلن يزيد من الطلب على سلعه أو خدماته، أو الاقتناع بأفكاره . مما يؤدي في النهاية إلى زيادة دخله وارتفاع معدلات ربحيه. والصحيفة تحصل على عائد نظير نشر الإعلان، يشكل في العادة أكثر من ٥٠٪ من دخلها إضافة إلى التوزيع وبعض عمليات تجارية قد تقوم بها المؤسسة. فالإعلان الصحفي نشاط هام وحيوي لصناعة الصحافة وللقارئ وللمعلن نفسه، رغم الانتقادات الكثيرة التي تواجه ضده وأهمها: أنه يشجع الأفراد على الاسنهلاك وينمي قيم الإسراف والنزعة للشراء حتى لو كان الشخص لا يحتاج إلى السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

الوظيفة الترفيهية:

على الرغم من أن الترفيه أو اللهو أو التسلية Entertainment يعد من الحاجات الأساسية للإنسان، إلا أن اهتمام غالبية الصحف به عادة ما يكون محدوداً وتزداد نسبته في الصحف الشعبية، ومن خلال أشكال مثل الألغاز والكلمات المتقاطعة، والألعاب، والكاريكاتير والرسوم الهزلية الساخرة، وبعض المضامين، يمكن للصحافة أن تساهم في تحقيق عملية الترفيه للقاري بأشكالها المختلفة.

فمن خلال المضمون المتنوع بشكل مستمر والأحداث المتغيرة تستطيع الصحافة تحقيق التنشيط Stimulation، فأحد الأشياء التي لا يستطيع الإنسان التغلب عليها هو الشعور بالضجر، ويبدو أن البحث عن التنشيط العاطفي أو الفكري هو أحد الدوافع الكامنة في الطبيعة البشرية، ويرى علماء النفس أن اللهو والترفيه وغير ذلك من صور التخفف من ضغوط الحياة هي من الأشياء الإيجابية في الحفاظ على المستوى الأدبي من النشاط الفكري، أظهرت الدراسات أن الكثير من الأفراد يعدون القراءة هي وسيلتهم لإضاعة الوقت لكي يتخلصو من الضجر والسأم.

وأشارت التجارب السيكولوجية إلى أن البشر يتعرضون لتأثير سلبي من جراء حالة تعرف باسم الإفراط الحسي Sensory Overload، وهي مرحلة تتشبع فيها البيئة بقدر أكثر من اللازم من المعلومات وعوامل التنشيط، فيواجه الأفراد بالإفراط الحسي، ومن ثم ينزعون إلى الراحة أو الاسترخاء، ووسائل الإعلام والصحافة من بينها هي أحد مصادر هذه الراحة، وهكذا ينزع الأفراد إلى قراءة الصحف للتخلص من متاعب الحياة أو الاسترخاء. وقد تستخدم وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة من أجل التفريغ العاطفي Emotional Release، أو التطهير أو التنفيس عن عاطفة أو طاقة، وهو المظهر الأخير لوظيفة الترفية أو اللهو أو التسلية.

الفصل الثالث

تنظيم الجهاز التحريري للصحيفة

الفصل الثالث

تنظيم الجهاز التحريري للصحيفة

يعد الجهاز التحريري للصحيفة، من الناحية الإدارية، منظمة، أو مؤسسة، أو إطار بشرى هادف، يتم، في نطاقه، توحيد جهود الأعضاء، وتنسيقها، لتحقيق أهداف معينة، متفق عليها مسبقاً. ويمثل وحدة فرعية، في نظام أكبر، هو المؤسسة الصحفية، كما يضم، في داخله، وحدات فرعية أصغر، ويعد نظاماً مفتوحاً للمعلومات.

ويشكل التنظيم (Organization) جانباً مهماً، من جوانب العملية الإدارية، في أي منظمة، حيث يتوقف نجاح أداء الوظائف الإدارية الأخرى، وهي التخطيط، واتخاذ القرار، وتكوين وتنمية الهيئة الإدارية، والمتابعة، وتقويم الأداء، على فاعلية التنظيم، الذي يركز، أساساً، على الأفراد، بتحديده لأوجه نشاط أي منظمة لتحقيق الأهداف والخطط، وترتيبها، وتجميعها وتوزيعها، في شكل هيكل تنظيمي متكامل، يمكن من إسنادها إلى أفراد ذوى كفاءة. وإمدادهم بكل ما يساعدهم، على تأدية وظائفهم، في ظل تفاهم، بين الأفراد والمنظمة، يمكن من تحقيق السياسة المرسومة، بأكبر قدر ممكن من الكفاءة، والفاعلية، وبأقل تكلفة ممكنة.

ويخلط البعض بين التنظيم، وبين تصميم الهيكل التنظيمي، حيث يعتقد بعض الأفراد، أن التنظيم هو الخرائط التنظيمية، التي توضح السلطات، والمسؤوليات، والعلاقات، داخل المنظمة، فإذا زادت الصراعات، بين الأفراد في المنظمة، أو لم تحقق أهدافها، فإن الأصوات تعلو مطالبة بإعادة التنظيم. في حين أن التنظيم هو تنسيق العلاقات، بين أشخاص، من أجل تحقيق هدف مشترك.

أمّا الهيكل التنظيمي (Organizational Structure) فيتعلق بمشكلة كيفية تقسيم العمل إلى أجزاء، وكيفية إعادة تجميع الأجزاء، بحيث تعمل كلها لتحقيق الأهداف؟ وهي عملية تتعلق بتقسيم العمل، ونطاق الإشراف وحجم الهرم الوظيفي.

خطوات تنظيم الجهاز التحريري للصحيفة:

وتتضمن علمية تنظيم الجهاز التحريري للصحيفة، عادة، خمس خطوات رئيسية هي:

١. تحديد المهام المكلف بها كل فرد من أفراد، الجهاز التحريري.
٢. ترتيب تلك المهام، بشكل متتابع.
٣. إسناد المهام إلى وظائف محددة.
٤. تحديد كيفية تنسيق العمل، والتحكم في تدفقه.
٥. وضع كل الأجزاء معاً، في بناء كلي شامل، أو هيكل تنظيمي.

مهام وانشطة الجهاز التحريري للصحيفة:

وتشمل المهام، المكلف بها أفراد الجهاز التحريري، الأعمال الصحفية التالية:

١. اقتراح أفكار الأخبار والموضوعات الصحفية.
٢. تحديد زوايا معالجة الأخبار والموضوعات.
٣. تجهيز الخلفيات، أو المعلومات السابقة، عن الأخبار والموضوعات.
٤. جمع البيانات والمعلومات، من المصادر الحية (الأشخاص).
٥. جمع البيانات والمعلومات، من المصادر غير الحية (الوثائق والتقارير).
٦. التقاط الصور الفوتوغرافية، المصاحبة للأخبار والموضوعات، وإعداد الرسوم اليدوية (التعبيرية ـ التوضيحية ـ الساخرة).
٧. تقييم البيانات والمعلومات المجموعة والصور الفوتوغرافية والرسوم.
٨. استكمال البيانات والمعلومات.
٩. تحرير النصوص الصحفية (الأخبار والموضوعات).
١٠. تحرير تعليقات الصور الفوتوغرافية، والرسوم اليدوية.
١١. المراجعة وإعادة الصياغة.
١٢. اتخاذ قرار النشر بالنسبة لأخبار، وموضوعات، وصور، ورسوم معينة.
١٣. توزيع الأخبار، والموضوعات، والصور والرسوم اليدوية، على صفحات الجريدة المختلفة.
١٤. إخراج الجريدة.

١٥. تنفيذ الجريدة (المونتاج، تجهيز الألواح).

١٦. الطباعة.

١٧. تقويم أداء الجهاز التحريري.

وترتيب هذه المهام، بشكل متتابع، يحددها في المراحل التالية:

١. التخطيط لإصدار العدد.
٢. جمع المعلومات (التغطية الصحفية).
٣. التحرير الصحفي.
٤. الإخراج الصحفي.
٥. التنفيذ الإنتاجي للعدد.

وتسند المهام السابقة إلى وظائف محددة، في الجريدة، تندرج في ثلاث فئات رئيسية:

الفئة الأولى: فئة الوظائف التخطيطية الإشرافية العليا، وتتضمن: رئيس التحرير، وكبار معاونيه (نواب رئيس التحرير، مديري التحرير، مساعدي رئيس التحرير، سكرتير عام التحرير)، ويتسم عملها بالطابع الإداري: التخطيطي، الإشرافي الرقابي.

الفئة الثانية: فئة الوظائف التخطيطية الإشرافية الوسطى، ولها مهام تنفيذية كذلك، وتشمل: نواب مدير التحرير، ورؤساء الأقسام المختلفة ويتسم عملها بالطابع: التخطيطي، الإشرافي، التنفيذي، الرقابي.

الفئة الثالثة: فئة الوظائف الإنتاجية الفنية، وتتضمن: المحررين، المندوبين، المراجعين، الرسامين، المصورين، أخصائي المعلومات، المخرجين الصحفيين، منفذي الصفحات على الشاشة، المراسلين المحليين والدوليين..، ويتسم عملها: بالطابع الإبداعي التنفيذي.

وبالنسبة لكيفية، أو أسلوب تنفيذ، العمل، والتحكم؛ في تدفقه فيتولى اتخاذ القرارات الخاصة به الفئة الأولى: رئيس التحرير، وكبار معاونيه.

وتنتهي عملية تنظيم الجهاز التحريري للصحفية بوضع كل ما سبق، في بناء كلي شامل، هو الهيكل التنظيمي للصحيفة، الذي يقسم المهام إلى قطاعات، أو أقسام؛ ويحدد المشرفين، أو المسؤولين عن كل قسم أو قطاع، والسلطات والمسؤوليات، وحجم الهرم الوظيفي، وتتابع دورات العمل في الصحيفة، وتدفق النص الصحفي، من المحرر

حتى رئيس التحرير. والاتصال بالمراسلين المحليين والخارجيين ومكاتب الصحافة، والعلاقة مع الإدارات الأخرى في الصحيفة، وفي المؤسسة، التي تصدر هذه الصحيفة، كقسم المعلومات وإدارات الإعلانات، والتوزيع والمطابع، والاستماع، والشؤون المالية والإدارية، وغيرها من الإدارات، والقطاعات، والأقسام المختلفة، التي قد تزيد أو تقل، أو قد لا يوجد بعضها، حسب حجم الصحيفة، وحجم المؤسسة الصحفية.

معايير نجاح الجهاز التحريري للصحيفة:

والاختبار الأساسي لفاعلية الجهاز التحريري، كمنظمة، أو كمؤسسة، أو كنظام فرعي داخل نظام رئيسي، يكمن في قدرتها على النجاح، في تحقيق أهدافها، في إطار بيئتها الداخلية (المؤسسة الصحفية)، وبيئتها الخارجية (صناعة الصحافة والسوق الصحفي)، وهناك عدة معايير، يمكن الاسترشاد بها، في تحديد مدى قدرة الجهاز التحريري، على النجاح، في تحقيق أهدافه وهي:

١. قدرة الجهاز التحريري على الإنتاج، أو استخدام الموارد المتاحة (البشرية والمادية)، في إصدار صحفية ذات نوعية، تتفق مع متطلبات السوق الصحفي واحتياجات الجمهور.

٢. الكفاية الإنتاجية للجهاز التحريري، وتقاس عادة بمعيار كمي، مثل ارتفاع أرقام التوزيع، وزيادة المساحة الإعلانية. بما يحقق عائداً مجزياً، وربحاً للمؤسسة الصحفية.

٣. درجة الرضا عند العاملين في الجهاز التحريري.

٤. تكيف الجهاز التحريري، مع المتغيرات المحيطة به داخلياً وخارجياً، أو مدى قدرته على تحقيق الاستجابة للمتغيرات، التي قد تحدث خارجه، أو داخله.

٥. التطوير التنظيمي المستمر للجهاز التحريري، أو مدى استجابة التنظيم للتغيير، الذي يجب أن يحدث في مستوى معرفة، ومهارات، واتجاهات وأنماط السلوك الخاصة بالأفراد، وكذلك الهيكل التنظيمي، بحيث يتمكن الجهاز التحريري من التكيف مع التحديات البيئية المختلفة ويتكامل التطوير التنظيمي لجهاز التحرير مع تطوير الصحفية ككل. كمخرج نهائي. بحيث تتضمن التطوير الشامل للصحفية.

ينفذ الجهاز التحريري الجوانب التالية:

أ. التغيير في الصحيفة نفسها، أي في مضمونها، وأسلوبها، وشكلها الفني.

ب. التغيير في التوجه، نحو نوعية القراء، الذين توجه إليهم الصحيفة، بمعنى أنها قد تركز على قطاعات معينة، من القراء، وتغفل قطاعات أخرى، أو تتوجه إلى نوعيات جديدة.

ج. التغيير في بنية جهاز التحرير البشرية. وأساليب التأهيل والتدريب، وإدخال أفراد ذوى مهارات وتخصصات معينة جديدة.

د. التخطيط لتوفير التجهيزات المادية، والتكنولوجية، اللازمة لإصدار الجريدة، بشكلها الجديد والمتطور، وللوفاء باحتياجات المحررين.

المهارات الأساسية للصحفي:

ينبغي أن يكون الصحفي واسع الثقافة، على جانب كبير من اللباقة والذكاء ومعرفة نفسية الجمهور، وإدراكه لمتطلباته، فضلا عن تحليه بعقيدة راسخة، وقلم بليغ يفرض عليه مخاطبة الجمهور كل يوم بأسلوب سهل مشوق

والصحفي فنان موهوب بطبيعته، لان من يجمع هذه الصفات كلها لابد أن يكون قد نالها بطريق الموهبة والدراسة، وقد لا تنفع الدراسة في خلق صحفي ناجح كالممارسة والموهبة.

والصحفي قبل كل شيء ينبغي أن يكون دقيق الملاحظة، ويعرف ما يثير اهتمام الرأي العام، وكيف يقتنص الأخبار الهامة، ويكشف عن الحقائق التي غالبا ما تكون مستورة بطبقة رقيقة. والفرق بين الصحفي والرجل العادي، أن الرجل العادي يمر أحيانا بحادثة أو ظاهرة معينة قد يجدها عادية أو تافهة لا قيمة لها، بينما يستطيع الصحفي أن يجد في هذه الحادثة أو الظاهرة ما يلفت الأنظار، ويثير الانتباه أو يعبر عن قضية تهم الرأي العام. ويحتاج الصحفي إلي سعة الحيلة للحصول على مواد إخبارية، بالإضافة إلي المهارة والجرأة والشجاعة، كما ينبغي عليه أن يكون قادر على التعبير المؤثر الصحفيون أيضا، ينبغي أن يكونوا قادرين على جمع المعلومات وتفسيرها وتغليفها ونشرها إلي جماهيرهم. وهذا يتطلب تعليما حرا متسعا يتزاوج مع تدريب متخصص على تقنيات الكتابة والتغطية.إضافة إلي ذلك فأن الصحفيين ينبغي أن

يكون لديهم فهما خاصا لتاريخ وقوانين الاتصال والفهم العلمي المتصل بالمؤسسات الإعلامية ومنتجاتها وكل ما يترتب عليها.

المهارات الاساسية للصحافة هي الكتابة، التغطية، والتحرير. وكل ذلك ينبغي أن يتم من خلال فهم تاريخي للمجتمع الذي يعمل من خلاله الصحفي، حاجات ذلك المجتمع، والعواقب والتأثيرات التي يمكن أن تنتج عن توزيع تلك المعلومات داخل المجتمع.

وبسبب أهمية المعلومات في اقتصاد اليوم، نجد العديد من المؤسسات المختلفة الإنتاجية والخدمية تسعى لتوظيف أشخاص يتمتعون بمهارات الاتصال المختلفة والكتابة، التغطية، والتحرير. للنهوض بأعباء بناء صورتها الذهنية في المجتمع والترويج لها والإعلام المستمر عن أنشطتها المختلفة، وفى إطار تلك الوظيفة نشأت العلاقات العامة كفن وكمهنة.

ولممارسة مهنة الصحافة، هناك ثلاثة أنواع من المهارات-حددها برنامج Dialogueالتدريبي لهيئة الإذاعة البريطانية ألBBC في: لمهارات الذهنية والمهارات الشخصية والمهارات المهنية.

المهارات الذهنية: لايمكن تعلمها أو اكتسابها، بل يمكن اكتشافها إن كانت موجودة وهي:

الفضول، والرغبة الملحة في التساؤل، والشك في مدى دقة كل شيء حتى يتم التأكد منه. فإن لم تكن من أولائك الذين يعتريهم الفضول لمعرفة المزيد من التفصيلات، أو يتملكهم الشك في صدقية كل ما هو صادر عن سلطة أو جهة ما، فلن تكون صحافياً.

الحماس وحب العمل، فمهنة الصحافة مرهقة وخطيرة، ولا يمكن والحال هكذا أن ينجح في أدائها من لا يملك حماساً وعشقاً للربط بين الأحداث، ومحاولة تفسيرها وتوضيحها للآخرين.

الشجاعة والإقدام والاستعداد لتحمل تبعات العمل؛ فمادمت متأكداً من دقة معلوماتك ونزاهة أسلوب معالجتها، فعليك مواجهة تبعات ما تنشره أو تبثه بثبات.

الشعور بالانتماء لهيئة رقابية ناقدة، تتساءل دائماً عن الأهداف الحقيقية لما يجري، ومن سيستفيد مما يجري؛ فلن يغني الفضول نفعاً إن لم يتم توظيفه للمصلحة العامة.

القدرة على الانخراط في فريق العمل؛ فلقد باتت مهنة الصحافة تعتمد أكثر فأكثر على عمل الفريق. وإن كنت ممن لا يمكنهم العمل مع الآخرين بمودة واحترام وفاعلية، فعليك البحث عن مهنة أخرى.

القدرة على التعامل مع الأفراد والمواقف المحيطة بحس إنساني ومهني في آن واحد.

القدرة على العمل الدؤوب للحصول على المعلومات. وفي هذا يقول أحد الصحافيين المشهورين: "الصحافي الجيد هو من يرد على السؤال بأنه قد لايعلم الإجابة، لكنه يعلم كيف يحصل على تلك الإجابة". وقال آخر: "حقيقة العمل الصحافي لا تكمن فيما نعرفه أو ما لا نعرفه من معلومات بقدر ما تكمن في مدى قدرتنا وبسرعة على الحصول بدقة على ما نريد من معلومات.

المهارات الشخصية: وهي مهارات تختلف من شخص إلى آخر، ويمكنك تعلمها كما يمكنك تطويرها إن كانت موجودة، وهي:

ان يكون الفرد نفسه، بمعنى ألا تعتقد أنه بإمكانك تقمص أسلوب أو صوت أو طريقة أداء الآخرين، ثم تعتقد انك ستنجح في التواصل مع الجمهور.

الا يمارس أدوار الوعظ أو تقديم النصح؛ فالجمهور اليوم لا يتوقع من وسائل الإعلام أن تقدم له دروساً أو نصائح، بل معلومات وتوجهات وحقائق.

الصدقية في العمل، فالإعلامي الناجح هو الذي يمارس عمله بصدقية مع الذات والآخرين، ففي أي من مجالات العمل الإعلامي عليك أن تفهم ما تقوله أو تكتبه، وأن تعايش الكلمات والمعاني بوجدانك كله، وأن تركز جهدك على توصيل تلك المعاني.

الصدقية في الهيئة، وهي لا تكمن في وسامة الرجل أو جمال المرأة كما يعتقد الكثير من الإعلاميين، ولا تتمثل كذلك في أناقة ملبس الرجل وارتفاع سعره، أو كمّ الماكياج الذي تستخدمه المرأة. بل إن الصدقية تكمن في الاعتدال في الملبس والهيئة. فالمبالغة في أي شيء تفسده، كما أن التهاون يفقد القدرة على الحصول على الاحترام. وفوق كل شيء يأتي الصدق والإيمان بما تفعله، وإبداء الاهتمام والعناية الكافية بتفصيلات عمله.

اللياقة البدنية، فلقد باتت اللياقة البدنية من شروط نجاح الإعلامي. فعلى الرغم من
التطور التكنولوجي، فإن الحاجة تظل ملحة للتحرك السريع سواء داخل مقر العمل أو
في الميدان. والصحافي الجيد هو من يحافظ على لياقته وصحته كي يتمكن من
ممارسة المهنة بصورة أفضل. يرتبط ذلك بوزنه، وطريقة تناوله للطعام، وممارسة
الرياضة البدنية، فالتكاسل يقتل الإبداع، ويتعارض مع التزام الصحافي بقضاياه التي
قد تضطره إلى العمل ساعات متواصلة.

السيطرة على الذات وضبط المشاعر؛ فليس من الغريب أن يكون ذلك أحد مقومات
نجاح الصحافي، لأنه أحد مقومات النجاح بصفة عامة. فكلما تمكنت من أداء عملك
بهدوء وثقة، أياً كانت المشاعر التي تعتمل داخلك، كلما نجحت في مهمتك ويتضمن
ذلك قدرتك على السيطرة على مشاعر الحزن، والغيظ وحتى الفرحز. فالصحافي لا
يجب أن يكون جزءاً من الحدث، بل يجب أن يظل مراقباً وناقلاً أميناً لما يجري.

تحييد الآراء الشخصية، فإذا كان الفضول والتشكك من مقومات الصحافي
الناجح، فمن باب أولى أن يتشكك في آرائه الشخصية، فلا تعتقد أبداً أنك تمتلك
الحقيقة المطلقة. لذلك تأتي قدرتك على احترام الرأي الآخر وإخفاء رأيك الشخصي
خلال العمل ضمن المهارات الشخصية. وفي الميدان تزداد حساسية الرأي المخالف، وقد
تصل إلى حد تعريض حياة الصحافي للخطر إن هو كشف عن معتقداته سواء عامداً أو
اكتشفها الآخرون من متابعتهم لعمله غير الموضوعي.

المهارات المهنية: وهي مهارات ترتبط بممارسة العمل الصحافي وأدائه، ويتحتم على
الصحافي تطويرها، إن كان يرغب في أن يكون مهنياً جيداً؛ وهي:

ناصية البيان؛ فمهنتنا أداتها الكلمة، ومن لايملك الأداة لايمكنه الإنجاز .قد يملك
الكثيرون المقومات السابقة الذكر جميعها، لكن غياب القدرة على الكتابة
والتحدث الجيدين يحول بالتأكيد دون أن يتحول هؤلاء إلى صحافيين .وكثير من
الصحافيين العاملين لا ينقصهم الذكاء أو الفضول أو الإحساس بالمسؤولية، لكن
تنقصهم القدرة اللغوية. فالكلمة كالجسر الذي يربط بين المعنى والعقل، وكلما
كان الجسر قوياً أنيقاً كلما بلغ المعنى مراده. لكن احذر من المبالغة في تجميل
الجسر، وإلا سينشغل العقل به عن المعنى.

والنص المكتوب أو المرئي أو المسموع الجيد هو الذي يحتوي على جملة أو أكثر على الأقل تظل عالقة في ذهن المتلقي. ولكي تنجح في ذلك عليك تجنب الغموض والإطالة. فالكلمات غير المفهومة تربك جمهوره، والكلمات التي يمكن الاستغناء عنها، يجب الاستغناء عنها وكذلك عليك تجنب الكلمات الرنانة أو المستهلكة أو التي أُسيء استخدامها وفقدت معانيها الأصلية. عليك الالتزام بالكلمة التي تعني فقط ماتريد أن تقول.

القدرة على التعامل مع أحدث تقنيات العمل الصحافي: فقد باتت وسائل أداء المهنة أكثر تعقيداً مما سبق. وأصبح من المستحيل على الصحافي الناجح أن يدعي أنه يكتفي بالمعرفة التحريرية، ويترك المعرفة الفنية للمتخصصين.

لقد أضحت المعرفة الفنية جزءاً لا يتجزأ من مضمون العمل الصحافي. بل إن العمل الميداني، خاصة في مناطق النزاعات أو المناطق النائية، أصبح يعتمد على الصحافي/الفريق. أي ذلك الصحافي القادر على القيام وحده بمهام الفريق كلها، بما فيها تلك الأكثر تعقيداً كإرسال المواد عبر الأقمار الاصطناعية .وبالتالي لا يوجد مكان للصحافي المتكاسل أو غير القادر على التعامل مع تكنولوجيا العصر التي تتطور بسرعة.

مقاومة الرغبة في النجومية: فمن أمراض العمل الصحافي أن تستغرقك النجومية، سواء فيما يتعلق بإعجابك بصوتك أو صورتك أو بالنص الذي كتبت. وتذكر أن قوة القصة الخبرية تكمن في عناصرها. وكلما امتنعت عن تدخلك الشخصي، بآرائك ومعتقداتك، في النص، كلما وصل المزيد من الأفكار والمعلومات والمعاني إلى الجمهور.

القدرة على الموازنة بين المعلومة وعناصر الإبراز والجذب: فالصحافي في أي من مجالات عمله يمتلك إمكانية استخدام عناصر الإبراز والجذب المرئية والمسموعة المختلفة: مثل الصور والرسوم والألوان والجرافيك وغيرها في الصحافة المكتوبة، واللقطات الحية المصورة في التليفزيون، والمؤثرات الصوتية في التليفزيون والإذاعة. ورغم أن هذه العناصر تزيد من جاذبية المادة وتلفت انتباه الجمهور، فإن مكمن الخطر هنا هو أن تأخذ هذه العناصر الصحافي بعيداً عن المعلومة، فيقدم عملاً فنياً رائعاً لكنه

خال من المضمون. فالمعلومات هي أيضاً من عناصر الجذب الضرورية لضمان استمرار التواصل مع الجمهور.

احترم جمهورك دائماً؛ فبعض نجوم الصحافة يتمادون في اعتقادهم بأنهم بلغوا من الاحتراف المهني مبلغاً كبيراً، بحيث يعتقدون أن على الجمهور أن يعلم تفصيلات الموضوعات التي يتصدون لمعالجتها، وأن من لا يعلم ذلك لايعنيهم، بل يعنيهم فقط ذلك الجمهور المتابع الواعي. وهذه عادة بداية فشل الصحافي. إن أردت النجاح في الصحافة فعليك أن تتذكر دائماً أنك عين وأذن الجمهور، ولذا عليك أن تنقل الحقائق بالطريقة التي كان سيفعلها أبسط أفراد الجمهور لو أنه كان في موقعك. كما يجب أن تفترض عدم متابعة الجمهور للتفصيلات المعقدة، وأن توازن في تقديمك المعلومة بين الجمهور المتابع وذلك العابر.

الموضوعية، أي أن تتمكن من إخفاء معتقداتك وآراءك في الأعمال التي تقدمها للجمهور. فالصحافي الذي يعمل في مجالات التغطية الخبرية خصوصاً لا يمتلك رفاهية التعبير عن آرائه وخلط المعلومات والقصص التي يقدمها بأفكاره ومواقفه وانحيازاته. كما أن الموضوعية تقتضي تطبيق قواعد العمل الصحافي فيما يتعلق بتدقيق المعلومات، لأنك إن ذكرت معلومة مغلوطة بشكل عفوي بسبب عدم الدقة، فإن خطأك لا يقل خطورة عن ذكر معلومة مغلوطة بشكل متعمد. عليك أيضاً أن تسعى لأن تتسم معالجاتك المهنية بـ الحياد والتوازن، وإن اختلفت الآراء وتعددت، فعليك هنا أن تعمل جاهداً لطرحها بشكل عادل، وإن غاب رأي مهم لأحد الأطراف الفاعلة في القصة/الحدث، فعليك أن تسعى إلى أن تورد رأيه أو تشير إليه.

وقد حددت هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي في الاردن الكفايات النظرية لتخصص الصحافة والاعلام على النحو التالي:

١. يلم بالمعلومات الأساسية في تاريخ الصحافة الأردنية والعربية والعالمية.
٢. يلم بالقواعد الأساسية لتحرر الفنون الصحفية وطرق صياغتها والقوالب الفنية لكتابتها.
٣. يظهر معرفة بمبادئ الإخراج الصحفي والعوامل المؤثرة فيه والمذاهب المتبعة في إخراج الصحف والمجلات.

٤. يظهر معرفة بأنواع الصور الصحفية ومصادرها ومراحل إنتاجها في الصحافة.
٥. يمتلك مهارات الكتابة اللغوية السليمة باللغة العربية باعتبارها اده التعبير الصحفي والاعلامي.
٦. يمتلك مهارة فهم المصطلحات الإعلامية باللغة الانجليزية والقدرة على ترجمة الإخبار الصحفية من الانجليزية إلى العربية وبالعكس.
٧. يبدى تفهما لعملية إنتاج الإخبار الإذاعية وكتابة النص الإخباري وبناء النشرة الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون.
٨. يلم بالتقنيات الأساسية والأجهزة والمعدات التي يتم استخدامها في الاستوديوهات الإذاعية والتلفزيونيه.
٩. يظهر معرفة بأشكال البرامج الإذاعية والتلفزيونية وكيفية إعدادها وانتاجها.
١٠. يظهر معرفة بإشكال الإعلان الإذاعي والتلفزيوني وأساليب تحريرها واخراجها.
١١. يلم بوظائف العلاقات العامة وأدواتها ومجالات عمل خبراتها.
١٢. يبدى معرفة بإدارة العلاقات العامة وتنظيمها في الأجهزة الحكومية والاستراتيجيات التي تضعها إدارة العلاقات العامة
١٣. يبدى معرفة بالإعلان من حيث سيكولوجية الاعلا ن وعوامل نجاحه والوسائل الإعلانية المستخدمة.
١٤. يلم بالقواعد الأساسية المتبعة في تحرير الإعلان المطبوع وتصميمه واخراجه.
١٥. يظهر معرفة بوسائل الاتصال الجماهيري وخصائص كل منها.
١٦. يظهر معرفة بوظائف وسائل الاتصال الجماهيري واستخداماتها وتأثيراها.
١٧. يلم بالأنشطة الرئيسية للاتصال الدولي: في مجالات العولمة الإعلامية، والاتصال الثقافي، ومهام اليونيسكو، وتحديات تكنولوجيا الاتصال.
١٨. يظهر معرفة بالرأي العام من حيث:أنواعه وعناصره ومظاهره وعوامل تكوينه ودور الإعلام في التأثير عليه.
١٩. يلم بالقواعد الأساسية المنهجية ف عملية قياس الرأي العالم واستطلاعات الرأي العام.

٢٠. يبدي معرفة بالدعاية وأنواعها والأساليب الاقناعية التي تمارسها مع الإلمام بالدعاية الدولية المعاصرة وأنشطتها الرئيسية.

٢١. يظهر معرفة بأهم المناهج المتبعة في بحوث الصحافة والإعلام مع الإلمام بخطوات إعداد البحث العلمي.

٢٢. يلم بأبرز القضايا والتحديات التي تواجه الإعلام العربي في الوقت الحاضر وتأثير الفضائيات على الجمهور العربي.

٢٣. يبدي معرفة بطبيعة عمل وكالات الأنباء العربية والعالمية مهامها الإخبارية مع المعرفة الوثيقة بوكالة الأنباء الأردنية (بترا).

٢٤. يظهر معرفة بمصادر الأخبار المحلية والدولية وطبيعة عمل المندوبين والمراسلين والمشكلات الى تواجههم .

٢٥. يبدي تفهما لنظريات التنمية ودور الإعلام في التنمية وخاصة في الإطار المحلي والعربي.

٢٦. يبدي معرفة بالقواعد الأساسية لأخلاقيات المهنة الصحفية والمسائل التي يركز عليها قانون المطبوعات والنشر الأردني لتعلم المهنه.

٢٧. يبدي معرفة بالتنظيم الإداري والتخطيط المتبع في المؤسسات الاعلامية

تطورات راهنة في تأهيل الصحفين:

في ظل التطورات الجديدة في تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، واستخدامها في العمل الصحفي، والاستخدام المتسع لأنظمة النشر الاليكتروني على شبكة الانترنت والحاسبات الاليكترونية، والكاميرات الرقمية، وظهور وسائط إعلامية وصحفية جديدة كالصحافة الاليكترونية بما تتسم به من التفاعلية وتعددية الوسائط والاعتماد على النص الفائق وقواعد البيانات، وكذلك المدونات والصحافة الشعبية، وصحافة المواطن، وتغير دورة عمل وسائل الاتصال، وإدخال نظم صالات التحرير المندمجة Integrated newsrooms، بحيث أصبحت الصحيفة الاليكترونية وغيرها من الوسائط غير المطبوعة تعمل ٢٤ ساعة طوال الأسبوع، واختفاء مفهوم الموعد المحدد للنشر Deadline في مقابل النشر المستمر Instant وإمكانية بث المواد الصحفية مكتوبة ومصورة من أي

مكان إلى أي مكان، ظهرت مفاهيم وفلسفات جديدة لتأهيل الصحفيين تعليما وتدريبا.

في أوربا ظهر مفهوم العمل المتعدد في وسائل الاتصال Trimedial work ، وذلك في السنوات الأخيرة ومع تبلور شعار "one content, all media" محتوى واحد وسائل عديدة، حيث يقوم منتجو المواد الإعلامية بإنتاجها للنشر في أكثر من وسيط، برزت الحاجة إلى تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين، وزيادة في جرعة إل various multi-media skillsمهارات وسائل الإعلام المتعددة التي يتطلبها السوق ولهذا يحتاج الصحفيون إلى اكتساب مهارات الوسائل المتعددة multi-medial competences حتى يستطيعوا التكيف مع التغيرات في صناعة الإعلام والاتصال.

لهذا أطلقت ١٢ مؤسسة إعلامية وتدريبية أوربية عام ٢٠٠٤ مشروع TRIMEDIAL كبرنامج تدريبي يستمر لمدة عامين للعاملين في مجال الإعلام الاقليمي بدعم من الاتحاد الأوربي.

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ظهر مع بداية الألفية الثالثة مفهوم جديد للصحفي هو الصحفي متعدد المهارات والمهام Backpack Journalist الذي يستطيع التغطية والكتابة والإنتاج للمواد الإعلامية لأكثر من وسيط في الوقت نفسه، وبالتالي فهو يحتاج إلى استيعاب وفهم مهارات الصحافة التقليدية إلى جانب مهارات النشر الاليكتروني عبر الوسائط الرقمية المختلفة، وبدأت مؤسسات تدريبية وتعليمية في تطوير برامجها لاستيعاب هذا المفهوم في إعداد وتطوير صحفي المستقبل.

الخطوات الاساسية لتحرير الصحيفة:

وهي مجموعة الخطوات التي تتم يوميا أو أسبوعيا - حسب دورية الإصدار - علي عدد واحد من الصحيفة وتتضمن:

١- تقييم العدد الصادر، وعادة ما يتم في صباح يوم الإصدار، حيث يقيم العدد الصادر من حيث نوعية التغطية الصحفية ومدي عمق المعالجة للموضوعات والقضايا، والانفراد الإخباري أو التخلف، وذلك من خلال اجتماعات مجلس التحرير ومجالس الأقسام الخاصة بالصحيفة، وكذلك من خلال أجهزة أو أقسام خاصة بالتقييم والتخطيط والمتابعة.

٢- التخطيط للعدد التالي، ويتبلور في ضوء عملية التقييم، وفي ضوء تطور الأحداث وما تسفر عنه اجتماعات الأقسام ومجلس التحرير من اقتراحات ومناقشات وتكليفات، وتوجيهات من رئيس التحرير وكبار معاونيه.

٣- التغطية الصحفية أو متابعة الأحداث والموضوعات والقضايا المختلفة المخططة والمتفق عليها من خلال جمع البيانات والمعلومات من المصادر الداخلية والخارجية للصحيفة بواسطة المحررين والمندوبين والمراسلين..

وهنا يبرز مصطلح جديد لابد من التعرض له وهو التغطية الصحفية المستعينة بالحاسبات الالكترونية computer assisted reporting حيث ساعدت الحاسبات الالكترونية عملية التحرير الصحيفي وطورتها في مجالات جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، وفي استنباط وسائل وأشكال صحفية تحريرية جديدة وتبلور ذلك في ظهور ما أطلق عليه تيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الاليكترونية computer assisted journalism وهي الصحافة التي تعتمد في تغطيتها الصحيفة واسلوب تحريرها على المصادر المعتمدة على الحاسبات الالكترونية وتطبيقاتها المختلفة، وهذه المصادر قد تكون:

أ - Online service أو خدمات فورية مثل شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التجارية المباشرة.

ب- Offline Services خدمات غير فورية مثل قواعد البيانات DATABASES غير المباشرة، الموجودة على الأقراص المدمجة الـCD.

ولتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية أربعة أشكال رئيسية:

الشكل الأول: التغطية الصحفية المستعينة بالحاسبات الإلكترونية Computer Assisted Reporting من خلال توظيف الحاسبات الإلكترونية وبرامجها في التحليل الكمي للبيانات الضخمة الموجودة في قواعد البيانات أو في بناء مجموعات وتحليلها رقميا.

الشكل الثاني: البحث المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer Assisted Research من خلال الاستعانة بقواعد البيانات، التي تزود ببيانات ثانوية أو خلفيات عن الموضوعات الصحفية، وتضم تقارير ومقالات ودراسات.

الشكل الثالث: البحث المرجعي المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer Assisted References من خلال كتب مرجعية مثل القواميس اللغوية والموسوعات والأدلة والقواميس المتخصصة وقواميس الشخصيات وتكون على شكل مراجع افتراضية Cyber References توجد على شبكة الإنترنت أو على الأقراص المدمجة.

الشكل الرابع: اللقاءات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية Computer Assisted Rendezvous، التي تستغل المجتمعات الافتراضية للعالم السلكي المرتبط من خلال الشبكات والبريد الإلكتروني وجماعات المناقشة.

٤- مراجعة البيانات والمعلومات التي تم جمعها واستكمالها: ميدانيا من المصادر المختلفة صانعة الأحداث، أو مكتبيا وذلك من خلال قسم المعلومات بالصحيفة، أو بنوك وقواعد وشبكات المعلومات الداخلية والخارجية.

٥- توفير الصور الصحفية المعبرة: من خلال التقاط الصور الفوتوغرافية الحالية للأخبار أو للموضوعات، أو الحصول علي الصور المناسبة من قسم المعلومات (أرشيف الصور)خاصة في بعض الأخبار والموضوعات التي تحتاج إلي صور سبق التقاطها وحفظها في قسم المعلومات بالصحيفة.

٦- تجهيز الرسوم اليدوية التوضيحية والتعبيرية والساخرة بواسطة الرسامين، أو الاستعانة بقواعد بيانات المواد المصورة والرسوم الموجودة في أقسام المعلومات أو علي الأقراص المضغوطة الـ CD.

٧- تحرير البيانات والمعلومات (المواد الصحفية) المجموعة في شكل أخبار وموضوعات صحفية ومراجعتها.

والتحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة - جريدة أو مجلة - هو العملية اليومية والأسبوعية - حسب دورية الإصدار والتي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية أو البيانات والمعلومات التي جمعها من المصادر المختلفة في الأشكال أو القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للجريدة أو المقال ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها، وعملية التحرير الصحفي كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية فالمحرر يكتب المادة في الشكل

الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر ويراجعه المحرر المسئول أي يحرر ما كتبه، وقد تبدأ العملية وتنتهي مع المحرر الذي يقوم بالعمليتين معا الكتابةWriting ، والتحرير Editing، وكلمة تحرير editing معناها إعداد كتابات الآخرين للنشر، ومنها جاءت كلمة editor أي محرر أو رئيس تحرير، والمحرر الصحفي الناجح هو الذي ينجح في الكتابة بلغة صحفية مناسبة وجيدة، مما يجعل هذا النص الصحفي خبرا كان أو موضوعا لا يحتاج إلي عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة صياغة مرة بالحذف أو الإضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفني للنص.

ويهدف التحرير الصحفي كعملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، إلى تحقيق عدة أشياء من أهمها:

١. جعل النص الصحفي (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة.
٢. تحرى الأخطاء، التي قد ترد في الحقائق، والمعلومات، (الأرقام والأسماء والعواصم والهجاء مثلاً) وتصحيحها.
٣. جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له.
٤. تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.
٥. توضيح معاني النص الصحفي وإحياؤها.
٦. مراجعة النص الصحفي، من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
٧. تعديل لهجة النص الصحفي، عند الضرورة.
٨. جعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة.
٩. خلق نوع من التوافق والتناغم الأسلوبي، بين النصوص (المواد أو الأخبار والموضوعات) الصحفية المختلفة، التي تنشرها الصحيفة.
١٠. تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

ولتحقيق الأهداف السابقة، يحتاج المحرر الصحفي إلى القيام ببعض العمليات التحريرية، مثل:

١. التأكد من دقة بيانات النص الصحفي (بالتشاور، مع محرر، أو أخصائي جهاز المعلومات، بالمؤسسة الصحفية، أوبنك المعلومات، خارج الصحيفة).
٢. اختصار الكلمات، أو الجمل، أو الفقرات، غير الضرورية.

٣. إعادة صياغة النص الصحفي كاملاً، بهدف صقله لغوياً.

٤. إعادة صياغة النص الصحفي، بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبي.

٥. حذف بعض الكلمات، أو الجمل، أو الألفاظ، التي تتسم بالصعوبة.

٦. حذف بعض الكلمات، أو الجمل، أو الفقرات، التي قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض، مع الذوق العام.

٧. اختصار النص الصحفي ليتناسب مع المساحة المحددة.

٨. استكمال النص الصحفي، ببعض المعلومات، والبيانات، التي تكمله، من ناحية المضمون، وتجعله يغطي كل جوانب الفكرة (خاصة، في الأخبار، والتحقيقات الصحفية).

٩. إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفي، الرئيسية منها، والثانوية، وكذلك الفرعية، وهي عنصر مهم جداً لإراحة القارئ، بصرياً وفكرياً، وإضافتها، إن لم تكن موجودة، في النص الأصلي.

١٠. دمج نص، مع نص آخر (خاصة بالنسبة للأخبار)، أو عمل إشارة لنص، في نهاية نص صحفي آخر.

اشكال الكتابة الصحفية أو اشكال التحرير الصحفي:

أولا- مجموعة الاشكال الصحفية الاخبارية:

١. الاخبار القصيرة السريعة spot news.

٢. القصص الاخبارية news stories.

٣. التقارير الاخبارية news reports.

٤. القصص الاخبارية الشاملة roundup news story.

٥. القصص الاخبارية الجانبية sidebar news story.

ثانيا- مجموعة الاشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية:

١. الموضوع الصحفي (موضوع المعالم) Feature.

٢. الحديث الصحفي interview.

٣. التحقيق (الاستقصاء) الصحفي Investigation.

٤. الحملة الصحفية crusade.

ثالثا- مجموعة الاشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالرأي:

١. المقالات الافتتاحية editorials.

٢. العمود الصحفي column.

٣. الرسائل الى المحرر letter to the editor.

٤. مقالات العرض (العروض او المراجعات) reviews.

٥. مقالات النقد critiques.

٦. الكارتون او الكاريكاتور (المعبر عن الرأي) cartoon, caricature.

٧. المقالات التحليلية.

٨. مقالات اليوميات.

رابعا- مجموعة الاشكال الصحفية الخاصة بالخدمات:

١. موضوع كيف تصنعها (المباشر).

٢. موضوع لقد صنعوها وانت تستطيع.

٣. قصة إخبارية مباشرة.

٤. الموضوع الصحفي.

٥. القوائم.

خامسا- مجموعة الاشكال الصحفية المتخصصة المجمعة:

- الملحق supplement الذي يضم مجموعة من الاقسام المتشابهة او المتقاربة المضمون الذي تحويه (مثل ملحق صبيان وبنات في جريدة اخبار اليوم)، وقد تتشابه فقد يكون ما يجمعها هو انها مواد متخصصة منوعة فقط (مثل ملح جريدة الاهرام يوم الجمعة).
- القسم section المتخصص الذي يضم مجموعة من الصفحات المتخصصة ال تعالج مواد متشابهة في تخصصها، او اركانا متخصصة او ابوبا متخصصة.
- الصفحة المتخصصة special page (او الصفحات) وتعالج مواد متشابه تخصصها (مضمونها)، وتضم اركانا متخصصة، او ابوبا متخصصة تع مضمونا واحدا: الفن، الادب، الحدائق، الكتب مثلا.

- الركن الثابت المتخصص يحتل جزءا اقل من الصفحة يعالج مضمونا متخصصا واحدا مستخدما اشكالا صحفية مختلفة.
- الباب الثابت المتخصص الذي يعالج مضمونا متخصصا من خلال شكل واحد (او عدة اشكال صحفية) مثل باب رسائل القراء او عمود اخبار رياضية بعنوان ثابت.

سادسا- مجموعة الاشكال الصحفية الخاصة بالتسلية:

١. الكلمات المتقاطعة.
٢. ابواب الطالع.
٣. المسابقات.
٤. الالعاب.
٥. الالغاز.
٦. القصص المسلسلة المرسومة.
٧. مجموعة اشكال المواد المصورة والمرسومة.
٨. مجموعة اشكال المادة الاعلانية.

الاشكال الصحفية الاخرى:

- اشكال تعطي معلومات عن جريدة.
- بيانات وإعلانات خاصة بالجريدة وبالدار التي تصدر عنها.
- مواد الحشو او ملء الفراغ.

عمليات إنتاج الصحيفة (الطباعة): وهذه العملية قد تتم في مكان واحد داخل مقر إصدار الصحيفة، وقد تتم في أكثر من مكان في الوقت نفسه داخل البلد أو خارجه. ويرتبط بعملية الطباعة إنتاج المعلومات الصحيفة ونشرها وتبادلها، وهذه العمليات تختص بنقل نشر الصحيفة في مكان الاصدار، أو في أكثر من مكان على الوسيط الورقي، أو أي وسائط أخرى بديلة، تشمل الان:

الطبعات الإقليمية والدولية من الصحيفة:

وفيه يتم نقل صفحات طبعة كاملة من الجريدة، من مكان إلى آخر أو إلى أماكن، عن طريق توظيف الحاسبات الإلكترونية والهاتف والفاكسيميل والأقمار

الصناعية بين مقار الجريدة ووحداتها الطباعية، داخل البلد الواحد وخارجه، لإرسال الصفحات من مكان واستقبالها للطباعة في مكان آخر أو عدة أماكن. ولهذه العملية عدة فوائد من اكثرها أهمية:

- توفير وقت نقل الصحف نفسها من المركز الرئيسي الى أماكن التوزيع داخل البلاد وخارجها.
- بسرعة توصيل الأخبار المطبوعة الى القارئ في أي حصة بشكل تواجه من خلال الصحيفة منافسة وسائل الإعلام الأخرى التي تتسم بالسرعة مثل التلفزيون والراديو الى جانب الإسهام في حل مشكلة تكدس العاملين في المركز الرئيسي لطباعة الصحيفة.
- تنشيط الصحافة الإقليمية بإضافة الإعلانات والأخبار في بعض الصفحات.
- وصول الصحيفة الى القارئ في الوقت المحدد دون تأخير حتى لا تفقد المواد الإخبارية المطبوعة قيمتها.
- طبع كميات من النسخ حسب احتياج كل مدينة (مركز طبع) وحتى تقل نسبة المرتجعات من الصحف.
- في استطاعت المخرج الصحفي عن طريق المامه بالإمكانيات المادية والبشرية والفنية في الدول المستقبلة لصحفه أن يطور أسلوبه الفني وان يطور صحيفته بما يواكب التكنولوجيا الدول المستقلة، إضافة الى دراسة أذواق وعادات قراء صحيفة في الخارج ليقدم لهم المضمون بالشكل الذي يناسبهم، وفي الوقت نفسه يقدم لهم صحيفته بالشكل الذي يضعها في منافسة مع الصحف الدولية الكبرى في الدول المستقبلة لها.
- تقليل تكاليف إعداد وتجهيز الأسطح الطباعية في المطابع الفرعية بالحصول على السطح الطباعي مباشرة عن طريق الاستقبال من بعد.
- الحصول الصحيفة جاهزة من حيث المحتوى والإخراج والمونتاج في المطابع الفرعية.

وفي الآونة الأخيرة ارتبط الحديث عن إرسال ونقل الصحف من المقر الرئيسي للصحيفة وطباعتها في أماكن بعيدة متعددة، بالحديث عن أساليب جديدة للطبع،

تعتمد علي الألواح الطباعية، وهذه الأساليب لن تنتشر بين يوم وليلة حيث ينبغي التأكد من جودتها ودقتها في الطبع فضلا عما يتوقع لها من إحداث وفر في التكلفة الاقتصادية لإنتاج الصحيفة. ولإتمام الطبع بدون ألواح يمكن أن يتم ذلك بواحد من نمطين تكنولوجيين:

النمط الأول: الطبع بنفث الحبرInk Jet Printing ، وفي هذا النمط الطباعي يتم رش الحبر من خلال مسدس هوائي علي هيئة ذرات تتجمع علي الورق مكونة الحروف والكلمات، وقد استخدمت صحيفة الفرانكفورت راند شاد الألمانية هذه الطريقة في طبع الأدلة الإعلانية وأي مطبوعات بريدية أخري لها نفس سرعة الإرسال الصحفي.

النمط الثاني: الطباعة الاليكتروستاتيكية Electrostatic Printing .

وفي هذه العملية يقوم الحاسب الإليكتروني بصنع ملايين الأشكال الطباعية الصغيرة ومتناهية الصغر علي سطح ورق صحف مبتل، ثم تقوم وحدة المسحوق الطباعي الجاف Dry Printing Powder بمسح هذا الورق فتظهر عليه الصور والحروف وجميع العناصر المكونة للصفحات. وفي ظل أي من هذين النظامين فان عملية إلغاء اللوح الطباعي وعملية الضبط أثناء الطبع، ستسمح باستخدام طابعات بسيطة جدا، كما ستقلل من فاقد الورق والأكثر أهمية من ذلك هو أن أجهزة الحاسب الإليكتروني المستخدمة في التحكم في عملية الطباعة بدون ألواح ستسمح للمحررين بإدخال أحدث أو أخر الأخبار وذلك أثناء دوران المطبعة حيث لن يحتاج الأمر إلي توقف وحدة الطبع بالكامل لحين إنتاج سطح طباعي جديد كما كان يحدث سابقا، بل سيتم إدخال الخبر الجديد آليا عبر شاشة الحاسب ولن يكلف ذلك أي نفقات إضافية أو أي جهد من العاملين، كما لا يقتضي التغيير سوي لحظات بسيطة، بجانب أنه في ظل ظروف الإنتاج الصعبة في صناعة الصحيفة، فان نظم الإنتاج الحديثة المستعينة بالحاسبات الإليكترونية، سوف تفرض شروطا أخري وظروفا جديدة للإنتاج تتعلق بالسرعة الفائقة والدقة والنظافة حتي يأتي المنتج الطباعي النهائي بصورة لائقة.

ورغم ما تحمله الطباعة الحديثة بدون ألواح من مكاسب ومزايا إلا أنه لا يتوقع لها أن تنتشر علي نطاق واسع قبل البرهنة علي جودة أدائها وسرعتها وجدواها الاقتصادية. ظهور الجرائد علي شاشات التليفزيون، واتخذ ذلك شكل النصوص المتلفزة Televised

texts، هي إحدي أشكال النشر الإليكتروني، الذي يهدف إلي إحلال المادة التي تنتج إليكترونيا وتعرض علي شاشة تليفزيونية مزودة بجهاز خاص (محول أو معدل Decoder)محل المادة التي تنشر في شكل مطبوعات ورقية، ويتسع هذا التعريف ليشمل بث النصوص والرسوم عبر قنوات إليكترونية مثل: الراديو الهاتف العام، خطوط الهاتف الخاصة، التليفزيون السلكيCable Tv .

وقد مثل هذا الشكل أعلى مراحل صناعة النشر الصحفي، في نهاية السبعينات وبداية الثمانينات، حيث حول جوهرها من نشر مطبوع إلى نشر مرئي على شاشات تليفزيونية، ممثلاً في تصميمه الأساسي عملية إبراق للنصوص المكتوبة والمرسومة على وحدة مرئية، وتتعدد تسمياته المهنية والتجارية فيطلق عليه (أنظمة الاتصال المنزلي الإلكتروني)، (بنوك المعلومات التليفزيونية)، (خدمة النصوص المتلفزة) و(أنظمة الفيديوتيكس) ولكن أبرز ما يتسم به أنه نظام للنشر الإلكتروني يقوم على تقديم خدمة استرجاع للمعلومات تستخدم جهاز التليفزيون. ويسمح للأفراد بالحصول على معلومات، حسب الطلب، عن طريق خدمة مركزية بالحاسب الإلكتروني أو بنك المعلومات، ويعتمد في بعض نوعياته على وضع نهاية طرفية لحاسب إلكتروني، ذات اتجاهين مرتبطة بشاشة عرض تليفزيوني وتسمح، نظير اشتراك، بأن يستدعي الشخص الأخبار أو الموضوعات أو الإعلانات أو أية معلومات أخرى بمجرد لمس أزرار لوحة المفاتيح، واعتماده الأساسي في العرض على الطباعة الإلكترونية للمتن والقابل للقراءة على شاشة تليفزيونية.

تزايد الاستفادة الصحفية من شبكة الانترنت:

وشبكة الانترنيت هي مجموعة من الشبكات المتصلة ولذلك تسمي شبكة الشبكات ويقدر عدد هذه الشبكات في الوقت الحالي بحوالي ٥٠٠٠٠٠ شبكة يوجد نصفها تقريبا في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد وصل عدد الحاسبات الرئيسة المتصلة بالشبكة إلي أكثر من عشرة ملايين حاسب، بالإضافة إلي عدد كبير من الحاسبات الشخصية والمحمولة التي تستخدم للاتصال بالشبكة في أوقات متفرقة.

وفي إطار سمات الانترنيت وخدماتها ومواردها يمكن للصحافة الآن الاستفادة من شبكة الانترنيت علي اكثر من مستوي:

المستوي الأول كمصدر للمعلومات وذلك من خلال:

- الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواء للجرائد والمجلات العربية والعالمية والمحلية وكذلك النشرات، إلي جانب مواقع وكالات الأنباء، وقواعد البيانات، ومحطات الراديو والتليفزيون، التي تقدم خدمات معلوماتية علي الشبكة معظمها تفاعلي، ومواقع بعض الهيئات الرسمية الحكومية.
- الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة وذلك بعد ربطها بقسم المعلومات، وبصالة التحرير أيضا، أو من خلال إنشاء قسم خاص بالانترنيت.
- الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفيه متخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد حتي صفحات التسلية والفكاهة والكلمات المتقاطعة.
- التعرف علي الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب الإليكترونية والمطبوعة وأماكن بيعها.

المستوي الثاني: الاستفادة منها كوسيلة اتصال وذلك من خلال:

- الاستفادة منها كوسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين يتم عبرها ومن خلال البريد الإليكتروني تلقي رسائلهم المكتوبة والمرسومة والمصورة، والاتصال بمصادر الصحيفة المختلفة وتلقي موادهم الصحفية، كما يمكن عبرها عقد الاجتماعات التحريرية مع فريق المراسلين المحليين والخارجيين يوميا، كما يمكن للمحررين الإفادة منها في إجراء الأحاديث عن بعد مع مختلف الشخصيات في مختلف بلاد العالم من خلال البريد الإليكتروني، وكذلك الاتصال بمختلف الجهات الرسمية والشعبية.
- الاستفادة من تقنية الانترنيت كنظام للاتصالات الداخلية للمؤسسة مع ربطة بشبكة الانترنيت خاصة في أقسام المعلومات الصحفية وقسم الأخبار.

المستوي الثالث: الاستفادة منها كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور وتوسيع فرص المشاركة لقراء الصحيفة:

من خلال توفير قنوات لاتصال الجمهور عبر البريد الإليكتروني، وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة.

- إنها تستخدم الأسلوب التفاعلي من خلال تكنيك النص المترابط HYPERTEXT الذي يتضمن وصلات LINKS لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (تعريف. سيرة ذاتية . معلومات خلفيه . آراء سابقة).
- توجد في إطار موقع معين website، وان ذلك الموقع يمكن الدخول اليه من خلال عدة طرق: يطلبه مباشر من خلال أي محرك بحثي، او من خلال الاحتفاظ به في قائمة التفضيلات، او جعله default او من خلال وصلات خاصة بها في موقع، أو مواقع أخرى.
- أن الصحيفة قد توجد مستقلة بمفردها، أو في إطار موقع مؤسسة أخرى(إعلامية مثلا).
- أن الوحدة الاساسية هنا هو الموضوع Item، وليس الصحافة.
- أن القارئ يستطيع التوسع في التفاصيل، وكذلك الخلفيات من خلال الوصلات، أو الاكتفاء بالنص الموجود امامه، ولا يضغط على الوصلات، أو يضغط عدد محدود منها.
- أن هناك مزجا بين التطورات الراهنة في الحدث (النص المنشور)، وخلفياته (الوصلة).
- أن هناك توظيفا للنص المكتوب إلى جانب الصور والرسوم مثلها في ذلك مثل الجريدة.
- ان هناك توظيفا لتقنية الوسائط المتعددة (الصوت- الصورة- الحركة).
- أن القارئ يستطيع العودة الى اعداد الجريدة السابقة من خلال خدمة الارشيف إذا كانت متاحة.
- أن الصحيفة المنشورة قد تكون صحيفة تنشر اساسا على الانترنيت، او هي نسخة إلكترونية من صجيفة مطبوعة.

- أن هذه الصحيفة قد تكون متاحة مجانا، وقد يكون متاحا أجزاء منها فقط والباقي يحتاج إلى اشتراك.
- أن نسخة الصحيفة يتم تحديثها بشكل مستمر.
- لا توجد مشكلة مساحة Newshole.
- للقارئ حرية الاختيار والتصفح لأي جزء، وتكبيره أو تصغيره، وكذلك إمكانية التوسع في تفاصيله، والتفاعل معه من خلال البريد الإليكتروني، أو التخاطب أو المناقشة.
- أن عملية الاطلاع على الصحيفة الفورية تتضمن: قراءة النص، مساعدة الصور الفوتوغرافية والرسوم، واللقطات المصورة المتحركة(الفيديو)، والاستماع إلى اللقطات السمعية، وبالتالي: يمكن القول أنها عملية إبحار Navigating داخل الموقع وليست مجرد قراءة مثلما يحدث للنسخة المطبوعة.

بالنسبة لتوظيف أدوات البناء الأساسية لها نجد التالي:

- بالنسبة للنص text قد يكون ثابتا static أو متحركا moving او وصلة link قابلة للضغط.
- بالنسبة للصور الفوتوغرافية قد تكون مستقلة independent أو عرضا لمجموعة شرائع slide show أول جاليري (مجموعة صور) gallery.
- بالنسبة للرسوم اليدوية graphics قد تكون ثابتة static أو متحركة moving أو وصلة link قابلة للضغط.
- بالنسبة للقطات الصوتية audio قد تكون صوتا مستمر instant او looping تعاد بشكل متكرر، أو non looping لا يعاد (مرة واحدة).
- بالنسبة للقطات الفيديو video قد تكون ثابتة أو متحركة.

بالنسبة لعملية تفاعل المستخدم user interaction:

- قد تكون من خلال form input أماكن يمكن طلب معلومات منها: نص، صوت، إطارات، قوائم.
- قد تكون email input تعطي العنوان البريدي ووسيلة لإرساله.
- قد تكون مناقشة discussion من اشخاص عديدة لأشخاص عديدة.

- قد تكون chat تخاطب دردشة.

توزيع الصحيفة: هذا يتم في الداخل وقد يتم في الخارج أيضا من خلال شركات التوزيع أو إدارة التوزيع الخاصة بالمؤسسة.

تقييم الأداء الصحفي وهذا قد يتم علي عدة مستويات وآليات معينة المستوي الأول (الفوري): اليومي أو الأسبوعي حسب دورية الإصدار ويتم هنا تقييم سريع أو فوري أو حصول علي رجع للصدي، أو رد فعل سريع للأداء الصحفي أو لعدد الصحيفة الصادر من كل الجوانب المتعلقة بالمضمون الصحفي وكذلك الجوانب التحريرية والإخراجية والاقتصادية المتمثلة في الإعلان والتوزيع وذلك من خلال آليات أو مصادر رئيسية -:

١. أرقام توزيع الجريدة من خلال نسخ الاشتراكات والنسخ المباعة مقارنة بالجرائد الأخري ويتم الحصول عليها بدقة من خلال مكاتب التحقق من الانتشار ABC التي تشترك فيها المؤسسات الصحفية بجرائدها ومجلاتها.

٢. اجتماعات مجالس تحرير الصحف الصباحية التي يتم فيها تقييم العدد الصادر ومقارنته بالصحف الأخري وبيان نواحي الإجادة والقصور واقرار اقتراحات وخطط للعدد الجديد

٣. ردود فعل القراء من خلال مكالماتهم التليفونية أو رسائلهم أو حضور بعضهم إلي مقر الصحيفة، أو رسائل البريد الإليكتروني التي تصل إلي الصحيفة من خلال موقعها علي الانترنيت.

٤. بالنسبة للصحف المنشورة علي شبكة الانترنيت يكون رد الفعل فوريا من خلال رصد عدد المترددين علي الموقع الخاص بالصحيفة، وتعليقاتهم وردود أفعالهم من خلال البريد الإليكتروني.

المستوي الثاني: (المرحلي) من فترة لأخري ويتم من خلال توظيف بحوث الاتصال وتطبيقاتها علي المستوي الصحفي من خلال بحوث القراء، وبحوث المضمون، وبحوث الإعلان، وبحوث القائم بالاتصال، وبحوث التأثير.

المستوي الثالث (الإستراتيجي): من خلال صيغ تقييم الأداء الصحفي المتفق عليها وبالنسبة لأداء الصحيفة من جوانبه المختلفة يقترح البعض صيغة يمكن من خلالها

رصد إيجابيات الأداء الصحفي وسلبياته وتعتبر صيغة عالمية لتقييم الأداء الصحفي وهي صيغة يمكن تطبيقها علي الصحف في أي مكان في العالم دون الارتباط بسياق سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي وتشمل هذه الصيغة معايير داخلية ومعايير خارجية للتقييم:

والمعايير الداخلية للأداء الصحفي الجيد هي:

١- العناية بالتحرير الجيد والتصويب للأخطاء.

٢- العناية بالجوانب المتعلقة بتصميم الجريدة وتوضيبها.

٣- الحرص علي اللغة.

٤- الإنتاج الطباعي الجيد.

٥- التوازن في المادة الصحفية.

٦- العناية المستمرة بتطوير وتنمية الجهاز التحريري.

٧- الحرص علي اتباع سياسة تحريرية ثابتة.

٨- الترحيب بالنقد الذاتي الداخلي والخارجي.

أما المعايير الخارجية فهي:

١- معدل الاقتباس والإشارة الضمنية إلي مواد الصحيفة في وسائل الإعلام الأخرى.

٢- معدلات الاشتراك في الصحيفة من قبل المكتبات ومراكز المعلومات.

٣- مكانتها بين الصحفيين والمؤرخين.

٤- سمعة الجريدة في الدوائر السياسية والدبلوماسية والحكومية.

٥- سمعة الجريدة في الدوائر الأكاديمية.

ويطرح البعض معايير أخري للأداء الصحفي في المجتمعات الليبرالية غير المقيدة صحافتها ووسائل إعلامها، وتتضمن تلك الصيغة المبادئ التالية:

١- الاهتمام بحق الناس في المعرفة من خلال تقديم التغطية الصحفية الشاملة للأحداث.

٢- الاهتمام بالخدمة العامة أو الموضوعات المفيدة والقابلة للتطبيق في الحياة اليومية.

٣- التعددية والتنوع في الأخبار والآراء.

٤- مقاومة الضغوط الخارجية.

٥- فصل الأخبار عن الآراء.

٦- الدقة في صياغة العناوين.

٧- الاعتماد على جهازها التحريري.

٨- الاستقرار الاقتصادي.

٩- العناية بتطبيق إستراتيجيات مختلفة للتطوير من خلال:

- الاهتمام باختيار افضل العناصر من المحررين والمصورين والمخرجين والرسا
- الاهتمام بالتنمية البشرية لهم.
- العناية بأوضاعهم الاقتصادية.
- التحسين المستمر لشكل الجريدة ومضمونها.
- العناية برسائل القراء من خلال: خطوط التليفون المخصصة لهم ومكاتب الر والأداء الصائب وتعيين محكمين.
- خلق صلات مستمرة مع الجمهور من خلال: فرق عمل ميدانيه تتابع شكا القراء ومشاكلهم، المجالس الاستشارية التي تجتمع بشكل دوري لمناق الأداء وتضم شخصيات عامة لها مكانتها في المجتمع.
- تقبل النقد الذاتي والخارجي ومناقشته.
- رفض قبول أي عطايا أو هدايا.

الفصل الرابع

الفنون الصحفية

الفصل الرابع
الفنون الصحفية

الحديث الصحفي:

الحديث الصحفي (interview) فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات وهو حوار قد يستهدف الحصول على اخبار او معلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة او تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة الشخصية.

والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد.. وهو الشكل الغالب على الاحاديث الصحفية ولكنه قد يجري ولكنه قد يجري مع عدة اشخاص كما هو الامر في الإستفتاء الصحفي والحديث قد يجريه محرر واحد.. وهو الامر الغالب في الاحاديث الصحفية ايضاً ولكن قد يجريه عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي.

والحديث الصحفي فن صحفي مستقل بذاته ولكن هذا لايمنع من أن يكون (اداة) للحصول على خبر صحفي أو ان يكون جزءاً من تحقيق صحفي فالحصول على الغالبية العظمى من الاخبار يتم عن طريق المقابلات الصحفية مع مصادر الاخبار ولكن هناك فرق كبير بين اجراء مقابلة للحصول على خبر.. وبين إجراء مقابلة للحصول على حديث صحفي.

ان الحصول مثلا على خبر عن قانون جديد للاسكان من وزير الاسكان يختلف عن إجراء حديث صحفي مع وزير الاسكان عن القانون الجديد.

ان الخبر يستهدف بالدرجة الاولى الاجابة على سؤال: ما هو قانون الاسكان الجديد؟ بينما الحديث الصحفي يستهدف الاجابة على سؤال: لماذا قانون جديد للاسكان؟

وتعريف الحديث الصحفي يمكن ان يتم في بعض الحالات من خلال تحديد اهدافه ووظائفه فهناك حديث المعلومات والاخبار أو (الحديث الخبري) وهو حديث يستهدف بالدرجة بالدرجة الاولى الحصول على أخبار أو معلومات او بيانات جديدة عن وقائع أو إحداث أو سياسات أو برامج أو قوانين جديدة.

مثال ذلك إجراء حديث صحفي مع وزير التموين لشرح وتوضيح السياسة التموينية الجديدة للوزارة.. أو حديث مع وزير الاسكان لتوضيح أبعاد ودلالات قانون جديد للاسكان.

أن هذا النوع من الاحاديث الصحفية الاخبارية لا يهتم بشخصية المتحدث قدر إهتمامه بالمعلومات الاخبارالتي يصرح بها خلال الحديث.

ولكن الحديث الصحفي الخبري يختلف عن الخبر الصحفي فهو لا يقدم لنا ماذا حدث فقط وإنما يضيف إليه: لماذا حدث ؟!

ان أي شخص عادي يمكنه ان يذهب الى مصدر الخبر ويأتي ببيان مكتوب يحمل التفاصيل الكاملة للحدث.. ولكن عندما يذهب المحرر الصحفي الى مصدر الخبر فإنه لا يكتفي بالحصول على البيان المعد من قبل وإنما ياتي أيضاً بالقصة التي وراء البيان نفسه

وإلى جانب (الحديث الخبري) هناك أيضاً (حديث الراي) وهو حديث يستهدف بالدرجة الاولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا معينة تهم القراء مثال ذلك إجراء حديث مع مفكر كبير حول مسالة فكرية أو سياسيه هامة او سياسي مرموق حول ازمة سياسية أو حديث مع أديب كبير فاز بجائزة محلية او عالمية.. او حديث مع عالم له بحث جديد أو إختراع مبتكر أو حديث مع فيلسوف وضع نظرية جديدة أو صاغ منهجاً فكرياً حديثاً.. وفي هذا النوع من الاحاديث الصحفية ينصرف الإهتمام الى اراء الشخص الذي يجري معه الحديث أكثر من الاهتمام بشخصه وبالاضافة الى (الحديث الخبري) و(وحديث الرأي) هناك ايضا (حديث التسلية والامتاع) وهو يستهدف البحث في حياة الشخص الذي يجري معة الحديث: نشأته وتاريخ حياته وإبراز الجوانب في شخصيته ثم كيف يفكر؟ وكيف يمارس حياته؟ وما أحب الأشياء الى قلبه؟ ثم ما أحلامه؟ وما طموحاته؟ وفي هذا النوع من الاحاديث الصحفية تكون الشخصية التى يجرى معها الحديث هى موضوع الحديث نفسه.. أي ان الاهتمام ينصرف هنا الى شخصية المتحدث أكثر من الاهتمام بأخباره أو بأرائه. ويندرج تحت هذا النوع من الاحاديث الصحفية الاحاديث التي تجرى مع كبار

نجوم السينما أو المسرح أو الغناء أو نجوم المجتمع أو مع الشخصيات الطريفة والغريبة التي يجد القارى في حياتهم وسلوكهم نوعاً من المتعه والتسلية.

ولقد عرفت صحافة القرن التاسع عشر الحديث الصحفي ولكنه لم يستخدم بشكل عام كفن من الفنون الصحفية إلا مع بداية القرن العشرين.. ثم أخذ ينمو بالتدرج وتزداد مكانته حتى أصبح واحد من فنون التحرير الصحفي الهامه في الصحافة الحديثة.. وقد كان لانتشار الإختزال في بداية القرن العشرين أثر كبير في التقدم الذى أحرزه فن الحديث الصحفي ولكن إختراع أجهزة التسجيل وإنتشارها في الصحافة جعل من الممكن ليس فقط تسجيل الحديث كما ينطق بالفعل وإنما أتاح أيضاً إمكانية الإحتفاظ بنص الحديث وقضى الى الابد على تهمة لم يسلم منها كثير من الصحفيين.. وهي تهمة إختلاق بعض الأقوال التي لم ترد على لسان المتحدث..!!

والحديث الصحفي يأخذ أشكالاً متعددة لعل أبرزها ثلاثة أشكال صار لكل منها ملامحه المتميزه وهي:-

١- الحديث المباشر.
٢- الحديث التليفوني.
٣- المؤتمر الصحفي.

الاعداد للحديث الصحفي:

١/اختيار شخصية المتحدث وإختيار موضوع الحديث:

أول خطوة في تنفيذ الحديث الصحفي هي إختيار شخصية المتحدث.. وإختيار موضوع الحديث ومن الضروري أن يراعى في هذا الإختيار ان يكون المتحدث وموضوع الحديث مجارين للاحداث المحلية او الدولية أو ان يرتبط هذا الاختيار بقضايا أو مشاكل تهم الرأي العام أو تمس مصالح عدد كبير من القراء.

أن صدور قانون جديد للأحوال الشخصية مثلاً قد يكون مناسبة لاجراء حديث صحفي مع الامام الأكبر شيخ الجامع الأزهر حول مدى مطابقة القانون الجديد للشريعة الاسلامية. ومن ناحية أخرى فإن فوز النادي الاهلي بمسابقة الدوري قد يكون موضوعاً لحديث صحفي مع رئيس النادي أو مدرب فريق كرة القدم أو ممع قائد الفريق.

٢/ جمع المعلومات الكافية عن الموضوع:

لابد للمحرر الصحفي في مرحلة الاعداد للحديث الصحفي أن يعمل على الحصول على أكبر قدر متاح من المعلومات عن الموضوع الذى سيدور حوله الحديث وعن الشخصية التي سيجرى معها الحوار وللمحرر أن يلجأ

في ذلك الى قسم المعلومات بالصحيفة حيث يوجد ملف كامل لكل شخصية من الشخصيات العامة في المجتمع ولكل موضوع من الموضوعات التي تدخل فى إهتمامات الصحيفه.

كذالك يمكن للمحرر أن يقرا الكتب التي أصدرها المتحدث إذا كان سياسيا أو مفكراً أو كاتباً أو ادبياً أو شاعراً وان يقرأ بعض ابحاثه إذا عالميا أو باحثاً.. وان يقرا أيضاً الكتب التي الفت عنه ان وجدت ومن الضروري ان يحرص المحرر على قراءة أهم الأحاديث الصحفيه التي سبق أن ادلى بها الشخص الذي سيجري معة الحديث حتى يعرف طريقة تفكيره ونوع إهتمام وحتى لا يكرر بعض الأسئلة التى سبق وأن وجهت إليه فى أحاديث سابقة.

ويمكن للمحررأن يحصل على معلومات قيمة عن الشخص المتحدث من خلال الاتصال بالصحفيين الذين سبق لهم مقابلته.

وكثير من المحررين الصحفين فى الصحف التي تصدر في دول العالم المتقدم لا يكتفون بما بين أيدهم من معلومات (معلنة) عن شخصية المتحدث وإنما يحاولون أيضاً الكشف عما هو مجهول في حياة هذة الشخصية مثل محاولة الرجوع الى ايام دراسته الثانوية أو الجامعية ومحاولة الالتقاء باصدقائة القدامى الذين زاملوه في هذة الفترات ليكشفوا عن جوانب من تاريخه وشخصيته.. فعن طريق زملائه القدامى يلتقط المحرر كمية كبيرة من المعلومات الهامة وغير المعروفة عن الشخصية التى يجرى معها الحديث.. وهو ما يكسب الموضوع مزيداً من الجدة والطرافة أضف الى ذالك أن دراك المتحدث أن الصحفي يعرف هذا القدر الكبير من المعلومات منه سيزيد من ثقته به وسيمنحه كل ما عنده من معلومات أو أراء حول موضوع الحديث.

ولادراك أهمية الاعداد المسبق الصحفي نشير الى أنه يمكن للصحفي غير المتخصص أن يحصل على حديث صحفي جديد من شخص متخصص في مجال معين

من المجالات الحياة إذا أعد نفسه للحديث إعداداً جيداً عن طريق الدراسة المسبقة للموضوع والشخصية التى يجري معها الحديث وعلى سبيل المثال يمكن لصحفي لم يدرس الطب أن يجري حديثاً جيداً مع الدكتور برنارد جراح القلب العالمي اذا ما اعد نفسه للحديث عن طريق قراءة كل مايتعلق بالجراحة القلب وبتجاربة السابقة في زرع القلوب ونسبة العمليات الناجحة الى العمليات الفاشله ويمكن لهذا المحرر الصحفي غير المتخصص في الطب ان يحصل أيضاً على معلومات لا باس بها عن حياة الدكتور برنارد نفسه وثقافته ودرجاته العلمية وحيات الخاصة عن طريق متابعة بعض ما نشر عنه في الصحافة العالمية وهو كثير أو الإلتقاء ببعض الصحفيين الذين سبق وان أجروا معه أحاديث صحفية أو المتحدث مع بعض أصدقائه. ونفس الامر المتخصص الى إجراء حديث صحفي مع شخص متخصص.

٣/إعداد الأسئلة:

إن المحرر الصحفي الذى يذهب لمقابلة مصدره بدون اسئلة معدة من قبل قد يتوه منه الموضوع الاصلي الذي جاء من أثناء الحوار.. وقد ينحرف المتحدث بالحوار الى مجالات بعيدة عن نطاق الموضوع الاصلي كذلك فأن المحرر قد ينسى بعض الاسئلة الهامة التي بدونها يظهر الحديث الى القراء ناقصاً كذلك فأن الاعداد المسبق للاسئلة من شأنه أن يجعل المحرر الصحفي أكثر ثقة في نفسه وأكثر دراية بموضوعه وعلى قدر كبير من اللباقة والاستعداد للحوار والمناقشة وأكثر قدرة على ضبط المناقشة حتى لاتبتعد الى موضوعات خارج موضوعات خارج الموضوع الأصلي.

ومن الضروري أن تقوم أسئلة الحديث الصحفي على أساس قراءات الصحفى في الموضوع.. ودراستة لشخصية المتحدث ولابد أن يوضح المحرر من خلال الاسئلة ما الموضوع الرئيسى الذى سيدور حوله الحديث فمن غير المعقول أن تدور غالبية الاسئلة حول قاضيا فرعية أو ثانوية في حين لايكون من نصيب الموضوع الرئيسى غير عدد ضئيل من الاسئلة.

وهناك عدة أسئلة أساسية يجب أن تقوم عليها أي حديث صحفي وهي: ماذا؟ ولماذا؟ ومتى؟ وكيف؟ وأين؟ ومن؟ ولا يشترط أن يجيب الحديث الصحفي عن هذه الاسئلة

بنسبه واحدة وإنما يتم التركيز على عدد قليل من هذه الاسئلة حسب طبيعة كل حديث وموضوعه.

ومن الضروري أن تكون أسئلة الحديث الصحفي أسئلة إيجابية لا أسئله سلبية والمقصود بالاسئلة الايجابية هى تلك الاسئلة التي تقدم إجاباتها أخبارا أو معلومات أو وجهات نظرجديدة.. أما الاسئلة السلبية فهي تلم الاسئلة التي لا تقدم إجاباتها أي شيء جديد وإنما هي مجرد تكرار لمعلومات معروفة.

كذلك فان كل سؤال يجب أن يكون إيجابياً بالنسبة للسؤال الذى سبقة مباشرة بمعنى أن تقدم إجاباته إضافة على ما قدمته إجابات السؤال السابق فلابد ان تكتمل الاسئلة بعضها بعضاً وتدفع الحوار الى الامام الا أن تقف بة عند قضية واحدة تكرر في كل سؤال وبالتالي في كل إجابة وتترك بقية القضايا المتعلقة بموضوع الحديث دون مناقشة.

ولابد أن تكون لغة الاسئلة دقيقة وواضحة بحيث يأتى السؤال واضحاً محددا خالياً من أي لبس أو سؤ فهم.. بحيث يساعد المتحدث على أن يقدم إجابات واضحة ومحددة أيضاً.. فلغة الحديث لابد وان تكون مفهومة من جميع القراء بأختلاف ثقافتهم وتعدد مستوياتهم الاجتماعية.

ولابد يجب أن يخشى المحرر من إعداد الاسئلة عنيفة أو مشاغبة أو أسئلة تتضمن إختلافا أو معارضة للشخص الذي يجري معه الحديث ولكن بشرط أن يتم ذلك بطريقة لائقة كما يجب أن لا يخشى المحرر من إعداد أي اسئلة يرى أنها يمكن ام تضع يدة على معلومات هامة.. حتى ولو أدى طرحة لهذه الاسئلة الى أن يبدو جاهلاً بالموضوع فقد يكون في طريقة الى إجراء حديث صحفي مع وزير الاقتصاد ويسمع أو يقرا وثيقة تقول أن هناك عجزاً في ميزان المدفوعات في هذا العام.. فلا يجب أن يسأله عن أسباب هذا العجز حتى ولو لم يكن يفهم معنى كلمة عجز في ميزان المدفوعات..!

ومن الضرورى أن يكتب المحرر الاسئلة قبل أن يلتقي بالمصدر.. ولكن لايجب أن يذهب اليه ومعه الاسئلة مكتوبة.. فالافضل أن يحفظها حتى لا يضطر بأن المحرر لم يدرس موضوع الحديث.

٤/ عندما لا يوجد وقت للاعداد المسبق للحديث:

وفي بعض الحالات لاتوجد فسحة من الوقت للاعداد المسبق للحديث الصحفي سواء فيما يتعلق بالقراءة فى موضوع الحديث أو بدراسة شخصية المتحدث أو باعداد الأسئلة المناسبة للموضوع ففي هذه الحالات لابد أن يعتمد الصحفي على معلوماته العامة وثقافته وقراءاته السابقة وتجاربه الشخصية بالاضافة الى خبرتة في العمل الصحفي.. كل ذلك يمكن أن يعوض بعض الشي عن الاعداد المسبق في الحالات الطارئة.

إجراء الحديث الصحفي:

١- بعد الاعداد الكافي للحديث..

يبدأ المحرر باجراء الاتصال بالشخصية التي سيتم معها الحديث وذلك اما بالتلفون أو بالمقابلة المباشرة أو عن طريق بعض الاصدقاء أو الزملاء وذلك لتحديد موعد اللقاء لاجراء الحديث الصحفي.

ويكفى أن يتصل المحرر بالشخص الذى يريد أن يريد يجري معة الحديث ويخبره من هو ؟.. وماذا يريد ؟.. ولماذا يريده.

وفي بعض الحالات قد يجد الصحفي أنه من الافضل له أن يتصل بالشخص الذي يريد إجراء الحديث معه عن طريق مكتب الصحافة أو قسم العلاقات العامة بالشركة أو مؤسسة أو وزارة قسم للعلاقات العامة وظيفته تسهيل الاتصال بأجهزة الاعلام وفي مقدمتها الصحافة.. لذلك فقد يضطر الصحفي في كثير من الاحوال الى العمل من خلال أقسام العلاقات العامة.

وفي حالات كثيرة (خاصة في غرب أوربا والولايات المتحدة الامريكية) يحصل الصحفي من خلال تعامله من خلال تعامله مع أقسام العلاقات العامة على نتائج أفضل من تعامله مع المسئولين مباشرة ! ذلك ان موظفي العلاقات العامة في هذه البلاد يدركون أكثر مما يدرك كبار الموظفين أو المسئولين في أية موسسة مدى أهمية الاعلام عن المؤسسة في الصحافة.

ولكن الوضع يختلف في كثير من دول العالم الثالث فالواقع العلمي يؤكد أن هذه المكاتب أو الاقسام الخاصة بالعلاقات العامة تشكل حقيقتها عقبة تحول بين الوصول الى كبار المسئولين في الشركة أو المؤسسة التي يتبعونها.

فأقسام العلاقات العامة ما تزال تعتقد ان وظيفتها حماية كبار موظفيها من الصحافة.. بدلاً من توثيق الروابط بينهما.

ومن المعروف ان البشر يختلفون في مدى الاستعداد أو القدرة أو القابلة للحديث الى الصحافة وفي هذا المجال يمكن أن نقسم الاشخاص الذين تجري معهم الاحاديث الصحفية الى ثلاث فئات متميزه:

الفئة المتعانة:

وهذه فئة مستعدة وقابلة للحديث الى الصحافة.. وهذه الفئة لا تحاول أن تخلق أية صعوبات أمام الصحفي.. بل تعاونه في إجراء الحديث الصحفي.

ولكن عيب هذه الفئة انها غالباً ما تكون مستعدة ان تقول اشياء مهمة واشياء أخرى غير مهمة.. وانها مستعدة لان تتحدث في اي موضوع.. وهي فئة لا تعرف كيف تفرق بين الخبر الهام.. والخبر الذي لا قيمة له والرأى الجدير بالإنتباه.. والراى المكرر الذي لا يقدم جديداً.. اي ان هذه الفئة ليست لديها أية فكرة عن تقييم الاخبار او المعلومات أو الاراء التي يدلون بها.

وهذه الفئة تتطلب من الصحفي عدم ترك المتحدث يسيطرعلى وقت الحديث ولا ان يواجهه حيث يشاء في قضايا فرعية أو ثانوية بعيداً عن الموضوع الرئيسي للحديث وإنما من الضروري أن يعامل المحرر هذه الفئة بحزم وقوه ويضبط مسار الحديث بحيث ينصرف الحوار كله الى جوهر الموضوع وليس الي فرعياته.

الفئة المترددة:

وهي فئة قلقة متوترة تحب الحدبث مع الصحفيين ولكنها في نفس الوقت تخاف من تبعات التعامل مع الصحافة وما يمكن أن تثيره من مشاكل أو متاعب. وهذه الفئة تحتاج من الصحفي أن يبذل جهداً في محاولة حسم تررها لصالحه.

ولتحقيق ذلك لابد ان يكون لدى المحرر القدرة على إقناع الشخص المتردد بالفائدة التي يمكن أن يحققها إذا تحدث الى الصحافة.. وان تكون لديه القدرة على ان يفرض على الشخص المتردد والثقة به.. وإحترام صحيفته والثقة بها.

كذلك فإن المحرر مطالب بأن لا يقنع بموافقة الشخص المتردد على التحدث بل يجب ان يستمر في محاربة تردده حتى أثناء الحوار نفسه حتى يدفعه لان يصرح بكل ما عنده.

ويمكن للمحرر أن يلجأ الى بعض الاساليب الاخرى لاقناع الشخص المتردد بالتحدث إليه كأن يمتدح بعض النواحي الإيجابية (الحقيقية) في شخصية المتحدث وكان يظهر للمتحدث أنه يعرف بعض الاشياء الهامة عنه فيما يتعلق بتاريخ حياته أو اسلوبه في العمل.

وكان يحاول أن يقيم مع المتحدث المتردد أن يشير الى أن الاخبار والمعلومات أو الاراء التي سيدلى بها ستكون لها أهمية كبيرة عند قراء الصحيفة. ثم يبقى الاعداد الجيد المسبق لأسئلة الحديث الصحفي فقد تشكل عاملاً هاما من عوامل جذب الشخص المتردد الى التحدث الصحافة.

الفئة المتهربة:

وهذه فئه تكره الحديث الى الصحافة.. وهي بطبيعتها لا تثق في أحد ولا تثق بالصحافة والصحفيين بصفة خاصة وهي أيضاً فئة إنطوائية لا تتحدث إلا بحساب.. انها فئة قليلة الكلام فإذا طلبت شخصاً من النوع المتهرب الى حديث صحفي فقد يقول لك أنه لا يستطيع أن يقول لك شيئاً..! عندئذ: ومن الذي يسطيع..؟!

وقد يقول لك أنه لا يعرف شيئاً عن الموضوع..! فسله: ومن الذى يعرف؟

وإذا سألت شخصاً متهرباً مبيناً له أنك تريد أن تجري معه حديثاً صحفياً لتعرف رايه في قضية معينة.. فقد يقول لك.. ليس عندي أي تعليق.. !

عندئذ يمكنك أن تسأله: ولماذا لا تريد التعليق؟ وهل هناك سبب خاص أو عام يمنعك من التعليق؟

ثم قل له بأنك ستكتب ذلك في الصحيفة وستقول أنه رفض التحدث في الموضوع لان هناك ما يحول بينة وبين التعبير عن رأيه..!

ولكن قد يقول لك الشخص المتهرب منه مشغول جداً في هذه الايام وقد يطلب تأجيل الحديث الى يوم أخر.. عندئذ لا يجب أن توافق على التأجيل الا اذا تأكدت أنه جاد في التأجيل.. وانه لا ينوي التهرب أو التسويق...فاذا كان صادقاً (ويكمن أن

تكتشف ذلك عن طريق بعض الاسئلة مثل أن تحدد معه موعد المقابله ومكانها.. وتتفق معه على التصوير وتأخذ رقم تليفونه الداخلي وتليفون المنزل ثم تعرف مواعيده في الغد وتحدد معه كمية الوقت الذي سيخصصه لك وغير ذلك من الاسئلة). أجل الحديث ولكن ليس قبل أن تحدد وقتا ملائماً للقاء القادم له ولك. اما إذا احسست بانه يتهرب فعاود محاصرته من جديد. واصر على أن يجري الحديث في نفس اللحظه.. وألح عليه لتحصيل على المعلومات أو الاراء التي تريدها منه. ويجب على المحرر أن يتدرب باستمرار على إكتشاف الشخصيات المتهربة حتى يصبح له بمرور الوقت خبرة في إكتشافهم في اسرع وقت.. بحيث لا يهرب اذا بادروة بالامتناع عن الكلام.. وإنما يهاجمهة بقوة وحزم ويطرح اسئلته على الفور.. فإن افضل طريقة لمعاملة مثل هذه الشخصيات المتهربة.. هو الهجوم المباغت بالاسئلة المباشره التي لا تترك لهم أية فرصة أو وقت للاعتراض أو الامتناع عن الكلام.

والاعداد المسبق للحديث الصحفي هو ايضاً سلاح اخر لمهاجمة المتهربين فانت تستطيع أن تدفع الشخص الصامت للحديث إذا ماطلبت منه أن يصحح بعض معلوماتك عن الموضوع ،، ثم بالغ في بعض المعلومات التي تعرفها.. واخبره بأنك ستنشر هذه المعلومات في صحيفتك عندئذ قد يضطر الى تصحيح هذه المعلومات.. وبمجرد ان يبدا في التصحيح يكون حديثك الصحفي معه قد بدأ.. !

٢- إدارة الحوار: -

إدارة الحوار في الحديث الصحفي يجب ان تقوم على خطة محددة مبينة على الاعداد المسبق للاسئلة.

ولكن أول خطوة في الحوار هي أن يفكر الصحفي في الطريقة المثلى التي يجب أن يبدا بها الحوار وفي الاسلوب الامثل للدخول في المناقشة مع المتحدث.. فنقطة البداية في الحوار.. سوف تؤثر دائماً على طريقة سيره.. والانطباع الاول الذي سيأخذه المتحدث عن المحرر هو الذي يحدد بعد ذلك سلوكه طوال فترة الحوار.

والخطوه الاولى تختلف من حديث صحفي الى أخر ومن شخصية الى شخصية أخرى فبداية حديث صحفي مع نجمة سينمائية غيره مع سياسي كبير او وزير مسئول-

لذلك لابد للمحرر أن يختار نقطة البدء الملائمة للموضوع.. وللشخص الذي يجري معه الحديث.

ويجب على المحرر أن يركز إنتباهه على كل ماينطق به المتحدث وان ينصت إليه جيداً.. وان يكون قوى الملاحظة فربما أشار المتحدث الى ملاحظة جانبية قد تكشف عن حقائق مثيرة.

والمحرر الصحفي يجب أن يكون مهذباً مع المتحدث ولكنه يجب أن يكون فى نفس الوقت حازماً بحيث لا يتوانى عن قطع الحديث إذا ادرك ان المتحدث يتكلم خارج الموضوع.. وبالمقابل لا يجب على المحرر أن يقاطع المتحدث إذا كان يتحدث في صلب الموضوع لان المقاطعة يمكن أن تحرمك من خبر هام أو رأي مثير يمكن ان يقوله المتحدث إذا لم تقاطعة وتدفعه الى الحديث في قضية أخرى.

ويجب على المحرر أن يحرص على السيطرة على المناقشة وعلى تحديد سير الحوار في المجرى الذي يريده، ذلك أنه إذا سيطر المتحدث على سير المناقشة فقدت أنت السيطرة على هذا الحديث.. لان المتحدث سيسيره حسبما يريد هو لا حسبما تريد أنتَ.

ولابد للمحرر الصحفي أن يحاول بقدر الامكان أن يقصر أسئلته على القضايا الاساسية في موضوع الحديث وان يحرص على الحصول على المعلومات الجديدة والمثيرة لاهتمام القراء والتي تمس مصالحهم او الاراء التى تكشف عن وجهات نظر جديدة فى الموضوع الذي يجري حوله الحديث الصحفي ومن الضرورى أن يبتعد الحوار عن الخوض في المعلومات غير المؤكدة او الاراء غير المسندة أو الموضوعية، كذلك لابد أن يحرص المحرر الصحفي على إبراز التميز الذى تنفرد به شخصية المتحدث وان يركز على ان تكون المعلومات والاراء مبينة على حقائق ملموسة.. لا على أوهام أو إشاعات.. فان قيمة الحديث الصحفي هي في النهاية رهن بقيمة الاخبار والمعلومات او الاراء التي أدلى بها المتحدث.

وفي بعض الحالات قد يكون الحديث الصحفي جزءاً من حملة صحفيه او إستكمال لموضوع صحفي سبق نشره.. في هذه الحالات لابد ان يأخذ المحرر معه نسخه من الجريدة او المجله التي نشرت الحديث او الموضوع او التصريح او الحمله الصحفية وان يعطيها للمتحدث حتى يعرف سير الموضوع.. إذ لا يجب أن يفترض المحرر أن

المتحدث قد إطلع عليها فعلى المحرر أن يتوقع ان المتحدث لم يطلع على ماسبق نشره في
الموضوع.. ولايجب عليه أن يحرج المتحدث ليعترف له بأنه لم يتابع الموضوع او يضطره
الى الكذب والادعاء بأنه يتابع الموضوع بينما يكون في الحقيقة غير متابع له.. وقد
يدفعه ذلك إما للامتناع عن الحديث في الموضوع او يحدث في الموضوع دون ان يكون له
علم بما سبق نشره في الموضوع وقد ينتج عن ذلك أن ياتي حديثة معاداً او مكررا لما
سبق نشره. كذلك فان من شأن هذا أن يحرم المحرر من بعض الاراء الهامه أو الاخبار
المثيرة التي يمكن أن يدلي بها المتحدث في حالة قراءته لما سبق نشره حول الموضوع بل
أن إطلاعه على ما سبق نشره قد يدفعة الى الرد على بعض الاراء أو تصحيح بعض
المعلومات التى سبق نشرها.. وقد يخرج الصحفي من هذا الحديث بموضوع مثيرأو
بمعركة فكرية أو بسبق صحفي. !

٣- تسجيل الحوار: -

هناك طريقتان رئيسيتان لتسجيل الحديث الصحفي: -

الطريقة الاولى: التسجيل فى النوتة أو دفتر الملاحظات:

وهى طريقه صعبة وان كانت هي الطريقة الشائعة في العالم كله.. وصعوبتها ترجع
الى كونها طريقة مرهقة تحتاج الى يقظه تامه ودقه متناهية.

ولكن إذا كان المحرر يفهم في الموضوع جيداً.. واعد لنفسة إعدادا مسبقاً للحديث
سواء أكان عن طريق القراءة في الموضوع أم عن طرق إعداد الاسئلة المسبقة. بالاضافة
الى مهاراتة في فن التسجيل فى النوتة.. فلن يشكل الامربالنسبة له أية صعوبة.

والمحرر الصحفي لا بد أن يحرص على الالتزام بالقواعد التالية:

١ – ان ينصت جيداً للحوار وان يركز انتباهه على أجوبة المتحدث حتى لا يفوته
شئ مما يصرح به.

٢- أن يتعلم كيف يتذكر كل ما يدور من حديث أثناء اللقاء مهما كان الوقت
الذي يستغرقة الحديث.. وبعد ان تنتهي المقابلة ويغادر المكان الذي جرى فيه
الحديث يجب أن يسرع الى أقرب مكان ليكتب كل ما سمعه خلال الحديث
حتى لا ينسى شيئاً.

٣- أن يتعلم كيف يختصر كلمات المتحدث وان يستوعب المعاني والافكار التى يقولها في أقل عدد ممكن من الكلمات.

وفي هذه الحالة فمن الافضل للصحفي أن يتعلم (الاختزال) حتى يتيح له ذلك تسجيل كل ما يدور فى اللقاء.. دون ان يترك شيئاً. ولكن الواقع الفعلى في الصحافة لعالمية يؤكد ان عدد من يتعلمون الاختزال من الصحفيين اقليه ضئيله لذلك فافضل طريقة لتسجيل الحديث الصحفي هي ان يكتفي المحرر بتسجيل بعض الاجزاء الهامة في الحديث اثناء اللقاء ثم يستكمل ما بقى من الحديث بعد أن يغادر مكان اللقاء ثم يستكمل ما بقى من الحديث بعد أن يغادر مكان اللقاء الى أقرب مكان يعيد فيه كتابة كل مابقى من الحديث.

وهناك بعض الاشخاص الذين يحبون أن يروا كلماتهم كلها مدونة في النوتة كما نطقوا بها.. والصحفي الذكي يرفض ذلك ولا يقبل أن يتحول الى الة تكتب كل ما يملى عليها.. فلا بد للمحررأن يكتفي بتسجيل بعض الملاحظات أو بعض الاجزاء الهامه من الحوار فقط حتى ولو تطلب الامر أن ينبه المتحدث (ولكن بأدب ولطف) ان المحرر هو الذي يحدد ماهي الاجزاء المهمة في الحديث وتلك غير المهمة وما هى الاجزاء التى تستحق النشر والتى لا تستحق.

٤- ان لا يدفن المحرر وجهه في النوته وإنما يجب أن يحرص على أن يظل هناك إتصال شخصي بينه وبين المتحدث.

٥- في نهاية المقابلة.. يمكن للمحرر أن يراجع مع المتحدث الاجراء التي نقلها في النوته.. بحيث يؤكد على النقاط غير الواضحة او يعيد كتابة بعض النقاط الهامه التى نسى تسجيلها.

ويمكن للمحرر أن يعطي المتحدث أثناء هذة المراجعة الحق في تصحيح أي خطا أو تعديل اي معلومة أو فكره صرح بها أثناء الحديث.

٦- في حالة الاحاديث الصحفية التى تستغرق عدة ساعات فالافضل عدم الاعتماد على النوتة واللجوء الى أجهزة التسجيل.

الطريقة الثانية: إستخدام أجهزة التسجيل:

وهذه الطريقة لم تكن مستخدمه في العالم كله قبل ربع القرن الاخير ولكن إستخدام إجهزة التسجيل في نقل الاحاديث الصحفية بات من الامور الشائعة الان في العالم كله ورغم انه لايوجد احصاء دولي يبين نسبة من يستخدمون اجهزة التسجيل ونسبة من يستخدمون النوتة الاأنه من المعتقد ان يعتمد اغلب الصحفيين علي اجهزة التسجيل وذلك في السنوات القادمة سواء في دول العالم المتقدم أو دول العالم الثالث ورغم أنتشار ألات التسجيل فان هناك حالات كثيرة لا يرحب فيها المتحدث باستخدام جهاز التسجيل فهناك من لا يحبون أن تسجل كل كلمة من كلماتهم. كذلك هناك البعض الذي يرى أن جهاز التسجيل قد يدمر الجو النفسي الذي يكون بين المحرر والشخصية التى يجري معها الحديث.

والمحرر الذي يفضل استخدام جهاز التسجيل لابد ان يحرص على الالتزام بالقواعد التاليه:

١- تعرف على التك جيداً.. واعرف كيف تعمل. وما الذى تستطيعه.

٢- في اي مكان تنوي فيه إستخدام جهاز التسجيل.. خذ معك شرائط أكثر مما تتوقع أن تستخدم. فمن المحتمل أن يستغرق الحديث وقتاً أكثر مما كنت تتوقع وانه اهم مما كنت تظن.. فان اي عدد من الشرائط تاخذه معك – مهما كثر- افضل كثيراًمن ان تترك نفسك للمصادفات المحرجه.

٣- اطلب إذناً بإستخدام جهاز التسجيل أثناء الحديث فاستخدام (النوتة) لا يحتاج الى إذن ولكن هناك اسباب كثيرة تدعوك للحصول على إذن بإستخدام جهاز التسجيل.. أولاً لكى تعرف ما إذا كان المكان الذي سيجرى فيه الحوار مناسباً للتسجيل حتى ياتي الصوت واضحاً نقياً.. ولكي تحقق ثقة المصدر بك أخبره أخبره أنك ستكون سعيدا لان تلقي بجهاز التسجيل بعيدا في اي وقت يطالب فيه بذلك وفي اي وقت يريد ان يدلي ببعض الاقوال الصريحة.

كذلك لا مانع من ان تخبره بأنك لن تتسبب في احداث ضجة أو ارباك له او لاي شخص أخر وفي اي شكل من الأشكال اثناء استخدامك جهاز التسجيل.

٤- أختبر ألتك قبل ان تبدا اللقاء كذلك يمكنك ان تختبرها مرة أخري علي الاقل أثناء الحوار نفسه.

واذا كان لديك الوقت الكافي يفضل ان تختبر جهاز التسجيل في نفس الحجرة أو المكان الذي تجري فيه الحوار..أما اذا لم يكن لديك وقت لاختبار الألة فيفضل ان تدير الألة وتسأل المتحدث ان يذكر أسمة وعنوانة ووظيفته وعندئذ دعه يستمع الي اعادة الشريط وحاول ان تجعله يهتم بالكيفية التي تعمل بها الالة فهذه أحدي الطرق التي يمكن ان تريح اعصابه وتوطد العلاقة الودية بينك وبينه.

٥- أغلب جهاز التسجيل بعد ان تخبره ولا تعد للتشغيل الاله الا حين يبدأ المتحدث الاجابة علي اسئلتك او عندما يبدا في التصريح ببعض المعلومات أو الاراء الهامة.

٦- لاتتردد في غلق جهاز التسجيل اذا بدا الحوار ينحرف الي قضايا جانبية بعيدة عن صلب موضوع الحديث.

٧- لاتتردد في ان تغلق جهاز التسجيل اذا استقبل المتحدث مكالمة تليفونية أو اذا دخل احد مكتبه أو الحجرة التي تجلسون فيها.

كتابة الحديث الصحفي:

التمهيد لكتابة الحديث الصحفي:

قبل البدء في كتابة الحديث الصحفي لا بد للمحرر ان يراعي الاعتبارات التالية:

١- أن يراجع بعناية نص الحديث وذلك لاستيعاب المعلومات الواردة به من ناحية وللتأكد من انه حصل علي اجابات وافية عن جميع الاسئلة المحيطة التى تحيط بموضوع الحديث من ناحية ثانية. واذا إكتشف المحرر نقصاً في بعض الاجابات فعليه أن يحاول إستكمالها ولو إحتاج الامر الى العودة الى الاتصال بالمتحدث مره أخرى.

٢- من الضرورى أن يقوم المحرر بتقييم المعلومات والبيانات الخلفية للحديث للتأكد من كفايتها لتغطية موضوع الحديث.

٣- ضرورة التأكد من إستكمال الحديث لجميع عناصرة المساعده مثل الصور أو الرسوم او الاحصائيات والجداول او الوثائق.. وغير ذلك من العناصر التي تختلف من حديث لاخر.

ثانياً: القوالب الفنية للحديث الصحفي:

للحديث الصحفي أربعة قوالب هي:

القالب الاول: قالب الهرم المقلوب:

ويقوم هذا القالب الفني للحديث الصحفي على أساس تشبه البناء الفني للحديث الصحفي بالبناء المعمارى للهرم مقلوباً حيث ينقسم الحديث الصحفي الى جزئين فقط: الجزء الاول يشمل مقدماً الحديث وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب أما الجزء الثاني والاخير فيشمل نص الحديث وهو يحتل جسم الهرم المقلوب.

وتحتوي المقدمة علي أهم ما في الحديث من أخباره وأراء.. في حين يحتوي الجسم علي النص الكامل للحديث وفيه تحتل التفاصيل مكانها في جسم الحديث حسب أهميتها.فتحتل التفاصيل الاكثر أهمية الاجزاء المتقدمة من الجسم وبعدها يأتي التفاصيل المهمة.ثم التفاصيل الاقل أهمية.وهكذا حتي نهاية الحديث الصحفي.

وفي قالب الهرم المقلوب يفضل أن تحتوي المقدمة على ابرز الاخبار التي يتضمنها الحديث وذلك فى الاحاديث الصحفية التي يغلب عليها الطابع الخبرى أما الاحاديث التى يغلب عليها طابع الراى فيفضل أن تحتوي المقدمة على إبراز الاراء التي أدلت بها الشخصية التى يجرى معها الحديث.

اما جسم الحديث الصحفي فكثيراً ما ياتي على شكل س وج وان كان يعيب هذا الشكل أنه صار شكلاً تقليدياً فى الصحافه المعاصره ويحاول البعض تجنبة. ولكن يظل هذا الشكل هو افضل الاشكال عندما يجري الحديث مع الشخصيات السياسية الهامه مثل زعماء الدول وكبار رجال السياسة وذلك لضمان الدقة في نقل التصليحات التى تدلى بها هذه الشخصيات الهامة وحتى لا يسأ تأويلها إذا قام المحرر بسردها أو تلخيصها.

أما ابرز محاولات التجديد لكتابة جسم الحديث الصحفي فهي التى تقوم على تقديم خلفية عن المعلومات عن شخصية المتحدث أو حول الموضوع الذي يدور حوله الحديث.. وهذه الخلفية قد تحتل مكانها في صدر جسم الحديث الصحفي.. أي بعد المقدمة مباشره.. وقد تتناثر هذة الخلفية في أماكن متفرقة من الحديث. بل واحياناً تشكل هذه الخلفية مقدمة الحديث الصحفي نفسه وفي بعض الحالات قد تقدم هذه الخلفية في إطار منفصل ينشر بجوار الحديث الصحفي.

المقال الصحفي:

المقال الصحفي هو الاداة الصحفية التى تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن أراء بعض كتابها في الاحداث اليومية الجارية وفي القضايا التى تشغل الراي العام المحلي أو الدولي. ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفه من خلال شرح وتفسير الاحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن ابعادها ودلالاتها المختلفة.

وإذا كان الجانب الاكبر من المقالات الصحفية يعبر عن سياسة الصحيفة كما هو الشأن فى المقال الافتتاحي أو يعبر عن أراء كبار كتابها كما هو الشأن في العمود الصحفي أو المقال التحليلي.. إلا أن هناك جانب أخر من المقالات الصحفية قد يعبر عن راى الكتاب والمفكرين الذين لا يعملون فى الصحيفة ولايشترط أن يكتب هؤلاء بما يؤيد سياسة الصحيفة بل كثيراً ما تنشر لهم الصحف مقالات تخالف سياستها وذلك عملاً بحرية الراى وخاصه في المجتمعات الديمقراطية.

كذلك فإن المقال الصحفي لا يقتصر على شرح الاحداث الجارية وتفسيرها والتعليق عليها وإنما يمكن في بعض الحالات أن يطرح كاتب المقال فكرة جديدة أو تصوراً مبتكراً أو رؤية خاصة يمكن أن تشكل في حد زاتها قضية تشغل الراى العام وخاصة إذا كانت تمس مصالح القراء أو تثير إهتمامهم لاي سبب من الاسباب.

وظائف المقال الصحفي:

١- الاعلان: وذلك لتقديم معلومات والافكار الجديده عن الاحداث أو القضايا أو المشاكل التي تشغل الراى العام.

٢- شرح وتفسير الاخبار اليومية الجارية والتعليق عليها بما يوضح أبعادها أو جوانبها المختلفة.

٣- التثقيف.. وذلك عن طريق نشر المعارف الانسانية المختلفة.

٤- الدعاية السياسية: وذلك بنشر سياسة الحكومات والاحزاب ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع.

٥- الدعاية الايديولوجية: وذلك عن طريق نشر الافكار والفلسفات للدفاع عنها ضد خصومها أو منافسيها.

٦- تعبئة الجماهير: وذلك لخدمة نظام سياسي أو إجتماعي معين أو للمساهمة في التنمية الوطنية.

٧- تكوين الراى العام في المجتمع والتأثير على إتجاهاته سواء بالسلب أو الايجاب.

٨- التسلية والامتاع وهو الامر الذي تحققه المقالات الترفيهيه أو الضاحكه أو الساخره أو المقالات المسلية أو الظريفه.

لغة المقال الصحفي:

والمقال الصحفي يختلف عن المقال الادبي أوالمقال العلمي:

فالمقال الادبي هو الذي يعبر عن عواطف كاتبه وتجربته الزاتية ومشاعر الوجدانية تجاه موقف خاص أو موقف عام.

فالمقال العلمي فهو اداة لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية المطلقة.

أما المقال الصحفي فهو وسط بين الاثنين.. ففيه شيء من ذاتية الكاتب الادبي... وفيه شيء من موضوعية العالم.

لذلك فلغة المقال الصحفي هي لغة الحياه العامة، أي لغة المواطن العادي، فهي لغة يفهمها جميع القراء مهما إختلفت مستوياتهم التعليمية أو الثقافية أو الاجتماعية.

فإذا كانت لغة المقال الادبي تقوم على الصور البيانية أو المحسنات اللفظية.. فإذا كانت لغة المقال العلمي تقوم على النظريات والارقام والاحصائيات والمصطلحات العلمية التى لا يفهما سوى المتخصصون في كل علم من العلوم.

أما لغة المقال الصحفي فهي تقوم علي السهولة والبساطة والوضوح وهي قد تستفيد بشيء من جمال الاسلوب الادبي وقد تستفيد بكثير من دقة الاسلوب العلمي، ولاكن يبقى أن ما يميز المقال الصحفي هو إسلوبه البسيط الواضح السهل.

ومن الضروري أن كون لغة المقال الصحفي يجب أن تكون لغة الحياة العامة.. لا يجب أن يعني أن تكون لغة المقال الصحفي هي العامية.. وانما يجب ان تكون لغة المقال الصحفي لغة عربية فصحي ولكنها ليست كفحصي العصر الجاهلي أوالعصر العثماني أو العصر المملوكي وإنما فصحي عصر الصحابة، أي العصر حديث... ثم هي من ناحية أخري ليست الفصحي الأدبية القائمة علي الصور البيانية والمحسنات اللفظية

والتركيبات اللغوية وإنما هي الفصحي الصحفية القائمة علي البساطة والوضوح والسهولة..أي فصحي الحياة العامة..فصحي التعامل اليومي بين الناس مهما اختلف مستوياتهم الثقافية. أي تلك اللغة العربية الفصحي التي وضحت وسهلت بحيث صارت مفهومة للمواطن العربي العادي مهما أختلف مستوي تعليمة ومهما أختلف القطر العربي الذي ينتمي إليه.

انواع المقال الصحفي:

وللمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت تتطور حتي صار كل منها يشكل فنا صحفيا مستقلا بذاتة وهي: -

١- المقال الأفتتاحي.

٢- العمود الصحفي.

٣- المقال النقدي.

٤- المقال التحليلي.

المقال الافتتاحي (leading article) أو (eritorial article) يقوم على شرط وتفسير الاخبار والاحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه الاحداث والقضايا الجارية فى المجتمع.

والمقال الافتتاحي يخلق مشاركة وجدانية بين الصحيفة والقراء ويدفع القارىء الى المشاركة في مواجهة القضايا والمشاكل التى تهم المجتمع.

والمقال الافتتاحي يتميز بالخصائص **التالية**:

١- التعبير عن سياسة الصحيفة سواء كانت هذه الصحيفة مستقلة أو تابعة لحزب من الاحزاب أو معبره عن إتجاه سياسى أو إجتماعى أو فكرى فى البلد التى تصدر فيه.

٢- متابعة الاحداث اليومية سواء تلك التى تقع في النطاق المحلي أو تلك التى تقع على النطاق الدولي.

٣- إهتمام بالقضايا التي تهم الراي العام وتشغل أذهان والقراء.

٤- ضرورة إبراز الخلفية التاريخية للاحداث والقضايا التى يتناولها المقال الافتتاحي بالشرح والتحليل.

- إستخدام لغة سهلة بسيطة وللأسلوب واضح محدد يتلائم وطبيعة قراء الصحيفة الذين تختلف مستوياتهم الثقافية.

٦- القدرة علي إقناع القاري بالقضية أو الرأي تنادي به الصحيفة بما يقدمه الكاتب من حجج منطقية وأدلة كافية.

وتختلف وظيفة المقال الافتتاحي حسب طبيعة المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة فالمقال الافتتاحي في المجتمعات الليبرالية يعبر عن مالك الصحيفة... سواء كان هذا المالك فرداً من الافراد أو مجموعة من الجماعات السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو حزبا من الاحزاب.

أما في الدول الاشتراكية أو الدول الشمولية فالمقال الافتتاحي يعبر عن سياسة الدولة أو الحزب الحاكم فيها – حيث يلعب المقال هنا دور الداعية للنظام السياسي والاجتماعي القائم وللايديولوجية الفلسفية التى يدين بها هذا النظام.

فليس صاو النجت حيحا إذن مايقال عن أن المقال الافتتاحي يعبر عن راي هيئة تحرير الصحيفة سواء في المجتمعات الليبرالية أو المجتماعات الشمولية.. ولنتصور مثلاً وقوع خلاف فى الرأي بين هيئة تحرير الصحيفة وبين من يملكها في قضية أو مشكلة معينة... فالحل الذي يحدث فعلاً في مثل هذه المواقف أن تستبعد هيئة تحرير الصحيفة ويستقدم غيرهم ممن تتوافق أفكارهم ملاك الصحيفة.

والمقال الافتتاحي يكتبة رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الصحبفة من الذين يثق بهم رئيس التحرير أو أصحاب الصحبفة.

والمقال الافتتاحي لا يوقع اليوم بإعتبار أنه يمثل راي الصحبفة لا راي كاتبه حتى ولو كان رئيس التحرير. ومن المعروف أن المقال الافتتاحي ظل يوقع بإسم كاتبه حتى نشوب الحرب العالمية الثانية وتحول الصحافة الى صحافة خبر بعد أن كانت صحافة رأى. أما بالنسبة للمساحه التي يجب أن يحتلها المقال الافتتاحي والمكان الذي ينشر فيه... فغالباً لا تزيد مساحتة عن عمود أو نصف عمود بعد أن كان يحتل قبل الحرب العالمية الثانية مساحة صفحة كامله وأحيانا أكثر عندما كانت الصحافة ما تزال صحافة رأي.

أما مكان المقال الافتتاحى فبعد أن كان يحتل في الماضي الصفحة الاولى، تراجع في الصحافة المعاصرة اللى الصفحات الداخلية وغالبا مايوضع في أحد زواية صفحة الرأى بالصحيفة.

أما موضوعات المقال الافتتاحي فهيه شاملة لكل الاخبار والحوادث والقضايا والمشاكل التي تشغل الرأي العام... فالمقال الافتتاحي لا يقتصر فقط على مناقشة القضايا والاخبار السياسية وإنما يمكن أن يتعرض أيضاً للاخبار والقضايا الاقتصادية بل والاجتماعية والثقافية ولكن غالباً ما يهتم المقال الافتتاحي بالقضايا الجاده تاركا القضايا الخفيفة لغيرة من الفنون الصحفية التى تصلح لتغطية الموضوعات الخفيفه.

أما المعادلة التي يقوم عليها المقال الافتتاحي فهية محاولة الربط بين سياسة الصحيفة من ناحية وبين طبيعة النظام السياسي والاجتماعي فب البلد الذي تصدر فيه الصحبفة من ناحبة ثانية ثم مراعاة نوع قراء الصحيفة من ناحية ثالثة.

والمقال الافتتاحي الجيد هو الذي يختار موضوعه بعناية فائقة من ناحبة... وهو الذي يكثر من الحجج والبراهين والاسانيد المنطقية الكفيلة بإقناع القارىء من ناحية ثانية... وهو الذي يتميز بنسق فكري موحد ومتجانس يشمل المقال من أولة لاخره من ناحبة ثالثة.

وهناك من يقلل من أهمية المقال الافتتاحي في الصحافة المعاصرة بحجة أن غالبية القراء يعرضون عنة ولا يقبلون على قراءتة !

وقد يكون ذلك صحيحاً بانسبة لكثير من الصحف عديمة الاهمية أو قليلة التأثير.

ولكن المقال الافتتاحي يقرأ بعناية من جانب غالبية القراء بالنسبة للصحف المؤثرة في الرأي العام، أن إفتتاحيات الصحف مثل التايمز اللندنية والنيو يورك تايمز الامريكية والواشنطن بوسط الامريكية واللوموند والفيجارو الفرنسيتين يقبل عليها القرا لانهم يعرفون مدي تأثيرها على الحكومةعلى الرأى العام في نفس الوقت وكثيرا ما إستطاعت إفتتاحيات هذه الصحف أن تفرض على الحكومة تغيير سياسيات أو قرارات معين أو تفرض عليها تبنى مواقف معينة سوى في السياسة الداخلية أو السياسة الخارجية.

ومـن ناحيـة أخـرى فـان إفتتاحيـات بعـض الصـحف قـد تؤخـذ كـدليل علـى إتجـا
الحكومـات في الـدول الـتي تصـدر فيهـا هـذا الصـحف كمـا هـو الشـأن في إفتتاحيا
صحيفة (البرافدا) السوفيتية وصحيفة (الشعب) الصينية. !

كتابة المقال الافتتاحي:

يكتـب المقـال الافتتـاحي بطريقـة مخالفـة لكتابـة الخبر الصـحفي ومماثله لطريق
كتابة التقريـر الصـحفي... أي أنـه يكتـب بطريقـة الهـرم المعتـدل أي مـن ثلاثة أجزا
المقدمة.. والجسم.. والخاتمة.

فالمقال الافتتاحي يتكون من الاجزاء الثلاثة التالية:

أولا: مقدمة المقال **الافتتاحي:**

وهـي تتحتوي علـى مـدخل يـثير الانتبـاه الى أهميـة الخـبر أو القضـية أو المشكلة أ
الفكرة التي يدور حولها المقال وهذة المقدمة يمكن أن تضم النقاط التالية:

١- عرض فكرة مثير لاهتمام القراء.
٢- طرح قضية هامة تمس مصالح القراء.
٣- إبراز خبر هام يشغل الراى العام.
٤- وصف مشكلة خطيرة صارة حديث الناس في المجتمع.

والمقدمة تقوم بعدد من الوظائف هي:

١- تهايئة ذهن القاريء لموضوع المقال.
٢- إعادة تذكرة القارئ بالخبر أو الحادثة أو القضية موضوع المقال.. وهنا لا بد م
التفرقـه بـين تـذكير القـارئ بـالخبر وبـين الاغـراق في ذكـر تفاصـيل ا
فـالمفرض أن المقـال ينـاقش خـبرا جاريـا أي نشـر في بوم نشـر المقـال أو قبلة بقليل
بحيث يمكن للقارئ أن يتذكر تفاصيلة لا سيما أن الافتتاحية لا تناقش غالبا
سوى الاخبار الهامة
٣- جـذب إنتبـاة القـارئ ودفعـة الى قـراة المقـال عـن طريـق الطـرح الجيـد والشيق
للموضوع.

ثم يبقى أن نعرف أن مقدمة كل مقال قد تختلف عن غير من المقالات وذلك
طبيع الموضوع الذي بعرضة المقال.

ثانيا: جسم المقال الافتتاحي:

وهـو الجـزء الـذي يحتـوي علـى المـادة الجوهريـة في المقـال... والجسـم قـد يحتـو علـى النقاط التالية:

١- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن الموضوع.

٢- الادلة والحجج والاسانيد التى تؤيد وجة نظر كاتب المقال ،

٣- الخلفية التاريخية للموضوع،

٤- إبعاد الموضوع ودلالاتة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية.

ووظيفة جسم المقال الافتتاحية تنحصر في النقاط التالية:

١- تقديم البيانات الكافية لاشباع رغبة القارئ في الموضوع.

٢- تقديم الحجج المنطقية التى تدعم وجهة نظر الصحيفة في الموضوع.

٣- إقناع القارئ بموقف الصحبفة أو سياستها تجاه موضوع المقال.

ثالثاً: خاتمـة المقـال الافتتـاحي: وهـي أهـم أجـزاء المقـال وعليهـا يتوقـف مـدى إقتنـاع القارئ أو عدم إقتناعة بسياسة الصحيفة.

وغالبا ما تضم الخاتمة النقاط التالية:

١- خلاصة الاراء والافكار التي تصل إليها الصحيفة فى موضوع المقال.

٢- دعـوة القـارئ للمشـاركة فـب إيجـاد الحلـول للقضـية أو المشـكلة المطروحـة إن كـان الامـر يفـترض مشـاركة القـاري أو تعبئتـة لتحقيـق هـدف معـين أو لتنفيـذ خطة معينة.

٣- دفع القارئ الى إتخاذ موقف معبن تجاه موضوع مغين.

التقرير الصحفي:

التقرير الصحفي فن يقع مابين الخبر والتحقيق الصحفي.

ويقـدم التقريـر الصـحفي مجموعـة مـن المعـارف والمعلومـات حـول الوقـائع في سـيرها وحركتها الديناميكية فهو اذن يتميز بالحركة والحيوية.

التقرير الصحفي لا يستوعب الجوانـب الجوهريـة أو الرئيسـية في الحـدث فقـط كـان هـو الشـأن في الخـبر إنمـا يمكـن أن يسـتوعب وصـف الزمـان والمكـان والاشـخاص والظروف التى ترتبط بالحدث.

والتقرير الصحفي لا يقتصر لا الوصف المنطقي والموضوعي للاحداث إنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الاراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير. فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما ذادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي.

وتعريف التقرير الصحفي يمكن أن يزداد وضوحاً من خلال المقارنه بينه وبين كل من الخبر الصحفي.. والتحقيق الصحفي:

أولاً : الفرق بين الخبر الصحفي... والتقرير الصحفي:

أن الخبر الصحفي يصف بالدقة وموضوعية أى واقعة أو حادثة أو فكرة جديدة وصحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير إهتمامهم بما تتضمنهم من عناصر قد تكون المحلية أو العالمية أو التوقيت أو الضخامة أو التشويق أو الصراع أو التوقع أو القرابة أو الشهرة أو الانسانية أو الجنس أو الجريمة أو غير ذلك من العناصر التى يختلف النظر إليها من مجتمع الى مجتمع ومن عصر الى عصر أخر.

فإذا ما قارنا بين هذا التعريف للخبر وتعريفنا للتقرير الصحفي... لامكننا ان نضع ايدينا على الفروق التالية

من الضروري أن أن يختفي كاتب الخبر.. بحيث يفقد الخبر موضوعيته بل صفته كخبر اذا برز من ثناياه شخصية المحرر الذي كتبه ... أما في التقرير الصحفي فيفضل أن يظهر شخصية المحرر حيث يكون من حقه أن يعرض الى جانب الوقائع الملموسه أنطباعاته الشخصية وآرائه واحكامه واستنتاجاته ويمكن أيضا أن يقدم الاشخاص ويعرض وجهات نظرهم... بل يمكن أيضاً أن يقدم معلومات ذات طابع وثائقي.

٢- يركز الخبر على نقل الحدث فقط... في حين نرى التقرير يتوسع في سرد التفاصيل وذلك من خلال ملاحظات المحرر بحيث يستوعب الجوانب التالية:

(أ) الظروف التى أدت الى وقوع هذا الحدث.

(ب) الاشخاص الذين لعبو دوراً في هذا الحدث.

(ج) تقدم مزيداً من التفاصيل الجانبية عن الحدث... وهي تفاصيل قد لا تكون ضرورية إذا إقتصر على نشر الحدث كخبر صحفي فقط.

ثانيا : الفرق بين التقرير الصحفي والتحقيق الصحفي:

١- يتميز التحقيق الصحفي بالتعمق في بحث ودراسة الابعاد المختلفة في حين يكتفي التقرير صورة سريعة للحدث أو يقوم بالتركيزعلى جانب منه دون أن يفرق فى التفاصيل المدعمة بالبحث والدراسة... فالتقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر واقل من التحقيق.

٢- كذلك يختلف هدف التقرير الصحفي وغرضه عن هدف التحقيق الصحفي وغرضه.

التحقيق الصحفي: يستهدف إقناع القارئ بأهمية وخطورة القضبة أو المشكلة أو الفكرة التى يطرحها كاتب التحقيق... وذلك بهدف كسب الرائ العام لصالح القضية التى يطرحها أو الحل الذي يقدمه لهذه القضية (مشكلة الدروس الخصوصية – ارتفاع أسعار الكتب الجامعية مغالات أصحاب المساكن فى تقاضي الخلو ومقدم الايجار).

أما التقرير الصحفي: فينحصر هدف كاتبه في أثارة أهتمام القارىء بالموضوع وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديده أو ظريفة أو غريبة أو مسلية عن حدث من الاحداث الجارية وقد لا يزيد هدف التقرير عن مجرد تسلية القارىء وإمتاعه بالمعلومات الغريبة.

٣- ويختلف أسلوب التقرير الصحفي عن ذلك الاسلوب الذي يكتب بة التحقيق الصحفي.

فالتقرير الصحفي: لا يصلح له الا الاسلوب البسيط الواضح والجمل القصيره التلغرافية وجمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات وهو في ذلك لا يعتني بما كتب في الموضوع من ابحاث ودراسات بالارقام أو يدعمها بالبيانات والاحصائيات والرسوم.

اما التحقيق الصحفي فهو على عكس من ذلك يحتاج الى أسلوب بسيط ولكن عميق وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية أو المشكلة التى يطرحها أن يعتمد فى أحيان كثيرة على الدراسات والابحاث وان يستعين بالارقام والاحصائيات والرسوم الايضاحية وغير ذلك مما يحتاجة التحقيق الصحفي.

٤- إذا كان التحقيق الصحفي يحاول أن يشرح ويفسر ويعلق ويبحث في الاسلوب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التى تمكن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة التي يدور حولها التحقيق الصحفي. إلا أن التقرير الصحفي غالباً ما يكتفي بزاوية واحده أو اثنين من زوايا الخبر أو الفكرة أو القضية.

قد تكون الزاوية الانسانية أو السياسية أو الفكرية أو الاجتماعية أو الاقتصادية دون أن يتطرق لباقي الجوانب التى هى مهمة التحقيق.

٥- يتفق التقرير الصحفي مع التحقيق الصحفي في:

١- أنه قد يشمل على بقية الفنون الصحفية الاخرى كالخبر والتعليق والصدور والرسوم.

٢- أنه يكتفي بالاجابة على السؤال السادس من الاسئلة الستة وهو: لماذا؟

٣- أنه يظهر ويكشف عن شخصية كاتبة

٤- أنه ليس مطالباً بالتعبير عن سياسة الجريده أن كان كطالباً بألا يناقص معها.

٥- أنه يرسم صورة واقعية للحياة ولا يقوم على الخيال كما هو الشأن في القصة الادبية.

كتابة التقرير الصحفي:

تختلف طرق كتابة التقرير الصحفي عن طرق كتابة الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر الصحفي يكتب بطريقة الهرم المقلوب... أي أن توضع في المقدمة أهم الحقائق والاحداث أو المعلومات... ثم توضع في جسم الخبر المعلومات أو الاحداث أو الحقائق الاقل أهمية... الا أن التقرير الصحفي يكتب بطريقة معاكسه للخبر الصحفي... أي يكتب بطريقة الهرم المعتدل...

أي تضم مقدمة التقرير الصحفي مدخل أو مطلع يمهد لموضوع التقرير بأن يتناوله زاوية معينه من زوايا الموضوع يختارها الكاتب بعناية... وهذا المدخل أو التمهيد لا يضم خلاصة الموضوع أو اهم حقائقه وانما يضم فقط مطلع أو مدخل منطقي يتوسل به الكاتب الى شرح موضوع التقرير بحيث يضم جسم التقرير التفاصيل والشهود والصور الحيه للموضوع ليصل بنا الكاتب في النهاية الى خاتمة التقرير الصحفي وهى التى

يكشف فيها عن نتائج أو خلاصة ما توصل اليه أو يقدم لنا أهم نتيجة أو حقيقة وصل اليها فى موضوع التقرير وهذا التسلسل المنطقي في بناء التقرير الصحفي يجعله يختلف عن بناء الخبر الصحفي في جانبين هامين.

الاول: انه في حين يحتوي الخبر الصحفي على جزئين فقط وهما: مقدمه الخبر وجسم الخبر... نجد التقرير الصحفي يحتوي على ثلاثه أجزاء هي المقدمه التقرير... وجسم التقرير.. وخاتمة التقرير.

الثاني: إن بناء الخبر من مقدمة وجسم فقط واحتواء هذا الجسم على الحقائق الاقل اهمية يتبع لكاتبه أو للصحيفة التي تنشره أن تحذف من جسم الخبر أية أجزاء تراها.. دون أن يؤثر ذلك في سياق الخبر

في حين أن بناء التقرير الصحفي من مقدمة وجسم وخاتمة وقيام هذا البناء على تسلسل منطقي يجعل من أجزاء التقرير وحدة عضوية مترابطة ليس من السهل قطع أو حذف أي جزء منها دون أن يتأثر بذلك بناء التقرير نفسه وغالباً ما يؤدي حذف أي جزء ولو صغير منه إلى صعوبة فهم هدف التقرير ونتيجته واهتزاز فكرته الأساسية وتسلسله المنطقي.

ورغم اختلاف أنواع التقرير الصحفي وتعدد مجالاته فلابد إن يحتوى على الأجزاء الثلاثة التالية:-

أولاً: مقدمة التقرير الصحفي:-

وهذه المقدمع لها عدة وظائف أهمها:-

(١) إن تمهد للموضع.

(٢) إن تهئ القارئ له.

ومقدمة التقرير الصحفي قد تحتوي على العناصر التالية:-

(١) واقعة ملموسة.

(٢) موقف معين.

(٣) صورة منطقية.

(٤) زاوية جديدة لموضوع غير جديد

وتتحدد قيمة المقدمة على ضوء الاعتبارات التالية:-

(١) مقدرة المقدمة على جذب انتباه القارئ إلى الموضوع الذي يعالجه التقرير الصحفي.

(٢) قدرة المقدمة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقيمة التقرير الصحفي وحتى نهايته.

ثانياً: جسم التقرير الصحفي:-

جسم التقرير الصحفي هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير... كذلك يضم الأدلة والشواهد أو الحجج المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير.

ومن الضروري أن يحرص كاتب التقرير على أن يضمن جسم التقرير جانبين هامين هما:-

١- مسار الحدث أو الواقعة التي تناولها التقرير... وتطور هذا المسار منذ بدايته حتى نهايته.

٢- الربط بين الوقائع التي ضمها التقرير وأن يكشف عن العلاقات بينها حتى يكشف ما وراءها أو ما يكتنفها من غموض.

ثالثا: خاتمة التقرير الصحفي:

وهي آخر جزء في التقرير وأهم ما فيه ولا بد أن تتضمن:-

١- تقييم المحرر لموضع التقرير الصحفي.

٢- عرض للنتائج التي وصل اليها المحرر خلال بحثه في موضوع التقرير.

٣- التعميم لحقائق معينة أو آراء خاصة أو لبعض النتائج التي حصل عليها المحرر وأن كان يفضل الا يلجأ المحرر إلى التعميم الا اذا كان مستنداً إلى وثائق أو حقائق لا تقبل الجدل أو النقاش.

ومن الضروري إن يراعى كاتب التقرير توفر صفتين هامتين في خاتمة التقرير الصحفي وهما:-

١- إن تحرص بقدر الامكان إن تثير في ذهن القارئ حواراً حول موضوع التقرير وأن تدفعه إلى التفكير في الموضوع ومتابعته فيما بعد إن كان الموضوع يستحق المتابعة.

٢- إن تترك خاتمة التقرير صدى عن موضوع التقرير لدى القاري وان تدفع – في بعض الاحيان – إلى اتخاذ موقف أو تكوين رأي معين تجاه الموضوع أو المشكلة التي يثيرها التقرير الصحفي.

وهناك عدة محاذير يجب أن يتنبه لها كاتب التقرير الصحفي وهو يكتب خاتمة التقرير أهمها:

١- أن يحذر الوقوع في براثن الخامة الخطابية التي لا معني لها والتي لا تضيف شيئاً إلى موضوع التقرير فان من شان هذه الخاتمة إن تضعف من تأثير التقرير وتفسد أي جهد يكون المحرر قد بذلك في كتابة التقرير وجمع مواده.

أن يحذر الوقوع في خطأ عدم الاتساق بين المعلومات التي يحتويها جسم التقرير وبين النتائج التي يصل اليها في الخاتمة.. فإن من شأن ذلك إن يفقد التقرير وضوحه الفكري ويقع به في براثن الغموض الذي يؤدي إلى عدم فهم القارئ لمعنى التقرير ومضمونه.

التقرير الإخباري:

هو التقرير الذي يهتم – في المقام – بعرض وشرح زوايا أو جوانب من الاخبار أو الاحداث أو الوقائع اليومية الجارية، وهو لذلك يسمى في بعض الاحيان بـ تقرير المعلومات واحيانا اخرى يسمى بـ التقرير الموضوعي...

ويقوم هذا النوع من التقرير بأداء الوظائف التالية: -

١. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقة في النشر.
٢. ابرز زوايا أو جوانب جديدة عن حدث معروف.
٣. تقديم الخلفية التاريخية أو الخلفية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير. فمن شأن الخلفية أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث. وعلى سبي المثال فان من يكتب عن النزاع او الصراع الأخير بين كموديا وفيتنام لايمكن أن يفهم حقيقة هذا النزاع أو دوافعه – وخاصة أنه يقوم بين دولتين يتيان نظاما اجتماعيا واحد بدون الكشف عن خلفيته التاريخية وارتباطة بالصراع الصيني السوفيتي

٤. تقديم تقييم موضعي لهذه البيانات سواء كانت ذلك عن طريق الاحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير او تلك التي يتوصل اليها بنفسه والتقرير الاخباري لابد ان يتصف بصفتين بارزتين: -

الاولى: الالتزام بالاسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيات والاراء ويقصد بالاسلوب هو عدم تحيز الكاتب اثناء سرده للمعلومات او اثناء تقييمة لها أو تعميمة لنتائجها... ذلك يفضل ان يميز كاتب التقرير تميزا واضحا اثناء كتابة التقرير بين ما هو اخبار أو معلومات او بيانات بحته.. وبين ماهو رأي لكاتب التقرير بين نفسه او لاي من الشخصيات التي يستشهد بها التقرير.

الثاني: انه بنفس القدر اذي يجب ان يهتم فيه الكاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة لابد ان يهتم ايضا بتقديم الخلفيه التاريخية لموضوع التقرير خاصة تلك الخلفية ذات الطابع الوثائقي

والتقرير الاخباري هو الذي يلبي اليوم الاحتياجات الاعلامية لقارىء بالمعاصر وخاصة فيما يتعلق بالقضايا الحيوية في امجتمع الحديث. لذلك يندرج تحت هذا النوع العديد من التقارير مث التقرير السياسي. والتقرير الاقتصادي والتقارير التي تعرض للحروب والازمات والكوارث والزلازل

كذلك يندرج تحت هذا النوع التقارير المعنية بشئون التعليم والصحة والعلوم.

ونحن نعتقد ان الجزء الاكبر من مجالات التقرير الاخبارى تنصرف الى تغطية (الاخبار الجادة hardnews) وهي الاخبار التي تحيط القراء علماً بالاحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير فى حياتهم ومستقبلهم أن أجلاً أو عاجلاً مثل أخبار الشئون العامة public affair والشئون الاقتصادية economic affair والمشاكل الاجتماعية (social proble) والعلوم (scienco) والتعليم (education) ورجال المال (woalthers) والصحة (health) وما يشبه ذلك من الشئون. أما الجانب القليل من التقارير الاخبارية فهو الذي ينصرف الى تغطية الاخبار الخفيه (soft news) وهي الاخبار التيى تثير إهتمام القراء وتسليهم مثل أخبار الطرائف وأخبار الرياضة وأخبار المجتمع وحوادث التصادم والجرائم والنكبات

والجنس. والتقرير الاخباري شأنه شأن بقية الانواع من التقارير يكتب بقالب الهرم المعتدل.

التقرير الحي:

هو التقرير الذي يركز على التصور الحي للوقائع والأحداث.. فهو يهتم برسم صورة الوقائع أو الأحداث اكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها أو تفسيرها.

فالتقرير الحي يشترك مع التقرير الاخباري في انهما يتناولان الوقائع والأحداث الجارية... ولكن في حين يركز التقرير الأخباري على سرد البيانات والمعلومات حول هذه الواقعة وتحليلها وتقييمها.. نجد التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها.

١- وصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه والناس الذين ارتبطوا به.

٢- عرض وتصوير وتسجيل التجارب الذاتية سواء تجارب المحرر كاتب التقرير- نفسه مع الحدث أو تجارب الاشخاص الذين يسمهم الحدث أو الذين لهم علاقة به.. وهو كثيراً ما يدع الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسمون بتعبيراتهم الخاصة صورة الحدث كما وقع أو كما تصوره وهو يقع.

٣- التعبير عن الافكار والمشاعر الشخصية لكاتب التقرير أو الأشخاص الذين يدور حولهم الحدث ويعكس رؤيتهم الخاصة للحدث.

٤- إن يجعل القارئ يعيش في الحدث نفسه.. وكانه شارك في رؤية الحدث.

والتقرير الحي قد يستعين في كثير من الأحوال بالعديد من الأدوات والاشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي دائماً إن الفرق الجوهري بين التحقيق الصحفي والتقرير الحي هو إن التقرير يكتفى بالتركيز على زاوية واحدة. فقط من زوايا الموضوع أو القضية أو الحدث في حين يهتم التحقيق الصحفي بموضوع القضية ككل أو بالعناصر الجوهرية في القضية لا بعنصر واحد منها فقط كما يفعل التقرير الصحفي... ثم إن التقرير الحي يقوم على التركيز الشديد في حين ينفسح المجال أمام التحقيق الصحفي للأسهاب في عرض القضية أو المشكلة بجميع جوانبها واشتراك كل اطرافها.

ينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الاخبار الخفيفة soft News ولكن في نفس الوقت هناك جانب غير قليل من التقارير الحية تغطي الاخبار Hard News مثل التقارير التي تغطي الجلسات البرلمانية والاجتماعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية والعروض العسكرية وغير ذلك من المجالات.

والتقرير الحي يكتب أيضاً بطريقة قالب الهرم المعتدل.

العمود الصحفي:

العمود الصحفي هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن (نهر) أو (عمود) تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها يعبر من خلاله عما يراه من آراء أو أفكار أو خواطر أو انطباعات فيها يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل. وبالأسلوب الذي يرتضيه.

وغالباً ما يحتل العمود الصحفي مكانا ثابتا لايتغير على احدى صفحات الجريدة وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت قد يكون كل يوم... أو كل أسبوع.

ولابد أن يحمل العمود الصحفي توقيع كاتبه.

وليس من الضروري إن يلتزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة.. وان كان المتعارف عليه الا يكون معارضا لهذه السياسة.

موضوعات العمود الصحفي:

وليست هناك حدود أو قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها كاتب العمود الصحفي... فمن حقه إن يكتب في السياسة أو الاقتصاد أو في مشاكل الحياة الاجتماعية أو في قضايا الفكر ظاو الثقافة أو في الفن أو الأدب.. ولكن الزاوية التي تناول بها كاتب العمود الصحفي مثل هذه القضايا تختلف عن الزاوية التي يتناولها به كاتب المقال الافتتاحي أو كتاب الأخبار أو التحقيقات الصحفية أو التقارير الصفية.

فكاتب العمود الصحفي من الضروري ان يهتم أثناء تناوله لمثل هده القضايا على كل ما يهم القراء وان يخاطب قلوبهم ومشاعرهم وأحاسيسهم بحيث يخرج من تناوله لمثل هده الموضوعات بالحكمة وبالعبرة والموعظة.

الفرق بين العمود والمقال الافتتاحي:-

يلاحظ ان العمود الصحفى يتفق مع المقال الافتتاحى فى النواحى التالية:

١- ان له مكانا ثابتا فى الصحيفة.

٢- ان له عنوان ثابت فى الصحيفة

٣- انه ينشر بانتظام.

ويختلف العمود الصحفى مع المقال الافتتاحي فى النواحى التالية:-

١- ان كاتب العمود ليس ملزما بالتعبير الحرفى عن سياسة الصحيفة بينما كاتب المقال الافتتاحي ملزم بدلك.

٢- ان العمود الصحفى يوقع باسم كاتبه فى حين لا يوقع المقال الافتتاحى باعتبار انه يمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها وليس محرر بعينه.

اسلوب العمود الصحفى:

ان العمود الصحفى يهتم اكثر ما يهتم بكل ما يمس مشاعر القراء وعواطفهم.. لدلك لا بد ان يتوفر فيه شئ من جمال الاسلوب الدى يتميز به الأسلوب الادبى... فلا يعيب العمود الصحفى ان يعتنى كاتبه بالفاظه وان يختار اوقعها على العين وأقربها الى القلب... ودلك عن طريق استخدام بعض الصور البيانية والموسيقى واللفظية او الاخيلة الادبية... ولكن بشرط الا يغرق كاتب العمود فى دلك بحيث يفقد صفته الصحفية ويصبح ادبا خالصا.. فهنا يتخطى العمود الصحفى لغة الصحافة التى تتلائم وطبيعة القراء جميعا.. الى لغة الادب التى هى لغة نسبة ضئيلة من القراء... وفنون الصحافة لم توجد فئة محدودة من القراء وانماء وجدت لتخاطب القراء جميعا مهما اختلفت مستوياتهم الثقافية.

خصائص العمود الصحفى:

١- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها... وبين جمال اللغة الادبية.

٢- انه يعبر عن التجربة الداتية للكاتب.

٣- انه يقوم على اساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب والقراء.

٤- أنه يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافه والتي تقول: أكبر كمية من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الالفاظ.

كتابة العمود الصحفي:

يكتب العمود الصحفي.. كما يكتب المقال الافتتاحي.. أي من ثلاثة أجزاء:

مقدمة – وجسم – وخاتمة.

أولاً: مقدمه العمود الصحفي:

مقدمة العمود الصحفي تشمل مدخل أو زاوية يمهد بها الكاتب لوضوع العمود وهذا المدخل أو الزاويه يمكن أن يشمل النقاط التالية: -

١- خبر من الاخبار أو حدثاً من الاحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت أنتباهه ويرى أنها تهم القراء.

٢- فكرة أو خاطرة... أو لمحة أو إنطباع يرى الكاتب أنه يحتاج الى شرح وتوضيح أو الى تفسير وتعليق أو الى إستخلاص العبره منه.

٣- قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير إهتمامهم وللكاتب فى الحدث أو القضية وجهة نظر يريد الافصاح عنها.

ولكن يشترط أن تكون الزاوية التى يتناول الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب الى إهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو الشخصية نفسها.

٤- حكمة مأثورة أو مثل شعبى معروف أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف وأحياناً يبدأ العمود الصحفي بتصريح هام لشخصية من الشخصيات التي تلعب دوراً في الاخبار اليومية... فيستند اليه كاتب العمود في أبراز الفكرة التي يريد قولها.

ثانياً: خاتمة العمود الصحفي:

وهي كالمقال الافتتاحي أهم جزء فيه حيث تتضمن راي الكاتب وخلاصة ما يريد قوله للقراء وقد تشمل خاتمة العمود الصحفي على النقاط التالية: -

١- خلاصة راي الكاتب في الحديث أو القضية أو المشكله التي يعرضها.

٢- العبره أو الموعظة أو الحكمة التي يخرج بها الكاتب.

٣- النصيحة التى يقدمها الكاتب للقراء بعد أن يجيب على سؤال يقدم له من قارئ في الاعمدة التى يكون موضوعها الاجابة على بعض أسئلة القراء.

المؤتمر الصحفي:

المؤتمر الصحفي وهو عبارة عن حديث تدلي به إحدى الشخصيات الهامة في حضور أكثر من صحفي وذلك لشرح سياسة معينة أو مناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي أو الادلاء بأخبار تمس حدثاً من الاحداث الهامة.

والمؤتمرات الصحفية يعقدها كبار المسئولين أو الوزراء أو الرؤساء لو الزعماء حين تكون هناك حاجة عاجلة لشرح سياسة معينه أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع الى نسبة كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبة الصحف التى يمثلوها. كذلك فإن الحاجة الى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسئول بقابلة كل صحفي على حدة وهذا يحدث كثيراً أناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو كبار الشخصيات السياسيه لبعض البلاد الاجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة من مقابلة كل الصحفيين الذين يطلبون تحديد واعيد لاجراء أحاديث صحفية خاصة لصحفهم عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل البديل وغالباً ما يأخذ المؤتمر الصحفي شكل حوار يجرى بين الصحفيين والشخصية المسئولة التى تدعو للمؤتمر الصحفي. وعادة يبدأ المؤتمر الصحفي بكلمة أو بيان يلقيه المسئول وتعقبه مناقشة بينه وبين الصحفيين حيث يرد على كل الاسئلة التي يوجهونها اليه.

ومن الضروري أن يستعد المحرر الصحفي للمؤتمر، وذلك عن طريق الإعداد المسبق للحديث ـ بجمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات عن موضوع المؤتمر الصحفي، عن شخصية المتحدث، كذلك عن طريق الإعداد المسبق لعدد من الأسئلة، وفي المؤتمر الصحفي لا يملك الصحفي الفرصة لإيجاد علاقة الإلفة أو الصداقة مع المتحدث كما هو الشأن في الحديث المباشر، لذلك فالمحرر الصحفي لا بُدّ أن يحاول خلق انطباع جيّد لدى المتحدث، وذلك عن طريق توجيه الأسئلة المباشرة والواضحة والمحددة، فلا وقت في المؤتمر الصحفي يسمح للصحفي بإعادة السؤال من جديد، وعلى المحرر الصحفي قبل أن يبدأ بتوجيه سؤاله ـ أن يعرِّف بنفسه وجريدته.

وعلى المحرر الصحفي أن يلجأ بصفة عامة إلى الأسئلة القصيرة ولكن شريطة أن تحمل أكبر قدر من التساؤلات ـ لأنه قد لا تتاح له فرصة أخرى لتوجيه أسئلة لكثرة عدد الصحفيين الذين يحضرون المؤتمرات الصحفية عادة، ولحرص منظمي المؤتمرات

على إتاحة الفرصة لأكبر عدد من الصحفيين لتوجيه الأسئلة، ومن الضروري أن يكون لكل محرر زاوية محددة يتناول منها المؤتمر الصحفي وهذه الزاوية يجب أن تكون ملائمة لسياسة الصحيفة التي يمثلها، ونوعية اهتماماتها وطبيعة القراء، فإذا عقد رئيس الوزراء مؤتمراً صحفياً لشرح أبعاد الميزانية الجديدة، فإن الزاوية التي يجب أن ينظر بها محرر الصحيفة العامة لا بُدّ أن تختلف عن الزاوية التي ينظر بها إلى المؤتمر محرر الصحيفة المتخصصة، فمحرر صحيفة العمال لا بُدّ أن يختلف في نظرته إلى المؤتمر عن محرر صحيفة الفلاحين، أو محرر الصحيفة النسائية، أو الصحيفة الحزبية.

فكل محرر صحفي يجب أن يذهب إذن إلى المؤتمر الصحفي وفي ذهنه (خط متميّز) للموضوع، أو (زاوية خاصة) وهو الأمر الذي يجعل المؤتمر الصحفي يظهر في كل صحيفة وقد أخذ شكلاً مختلفاً عنه في الصحيفة الأخرى وذلك لاختلاف الزاوية التي يتناول منها كل محرر للمؤتمر الصحفي.

لذلك فإن الصحفيين إذا شاهدوا زميلاً لهم يحاول تتبع واستكمال خط متميّز له من خلال الأسئلة التي يطرحها في المؤتمر الصحفي، فمن الضروري أن يساعدوه في استكمال أسئلته أو يتركوه يتم هذه الأسئلة، ويجب أن يحرص كل صحفي ألا يقاطع زميلاً يطرح أسئلة جيّدة.

أما إذا كنت تريد أن تستكمل موضوعاً معيناً وقاطعك زملاؤك من الصحفيين فلا تخجل من أن تعود ثانية إلى نفس الموضوع لتستكمل موضوعك.

و لا بُدّ أن تنصت وتنتبه إلى كل سؤال يوجه في المؤتمر الصحفي، وإلى الأجوبة أيضاً فقد تجد في بعض هذه الإجابات ما يضيف إليك معلومات جديدة، ويثير في ذهنك أفكاراً أخرى قد تخدم موضوعك.

ولا تخجل من مقاطعة زميل لك، حاول أن يستأثر بكل الأسئلة ـ إن المؤتمرات الصحفية التي يحضرها عدد كبير من الصحفيين ـ غالباً لا تتاح فيها فرصة توجيه الأسئلة سوى لعدد قليل من الصحفيين، فليس من الضروري في مثل هذه المؤتمرات أن يسأل كل صحفي، فالواجب على بقية الصحفيين الذين لا تتاح لهم فرصة توجيه

الأسئلة، أن ينصتوا جيّداً للأسئلة والأجوبة ويسجلوها، ثم هم يتولون بعد ذلك متابعة أفكارهم وموضوعاتهم من مصادرهم الخاصة بعد المؤتمر.

إن الشخص الذي ينظم المؤتمر الصحفي يستريح في كثير من الحالات إلى الصحفي الذي يقاطع إتجاهاً جيّداً من الأسئلة ـ لأن ذلك يعطيه فرصة الهرب من بعض الأسئلة المحرجة، فلا تحاول أن تقاطع مثل هذه الأسئلة.

وفي بعض الحالات يقوم الشخص الذي ينظم المؤتمر الصحفي (وخاصة إذا كان خبيراً في عمل المؤتمرات الصحفية) بوضع عدد من أصدقائه الصحفيين في الصف الأول ومعهم أسئلة متفق عليها مسبقاً، وقد يزيد عل ذلك بأن يمتنع عمداً عن الإذن بالحديث إلا للصحفيين الأصدقاء له، أو للذين يظهرون ميلاً لطرح الأسئلة السهلة، والصحفي الماهر لا يجب أن يخضع لمثل هذا الترتيب، وعليه أن يفرض على منظم المؤتمر الصحفي أن يتيح له فرصة طرح أسئلته سواء أكان عن طريق الإلحاح في طلب السؤال، أو عن طريق مقاطعة الزملاء الصحفيين الموالين للمتحدث أو المتفقين معه، فالمهم أن يخرج الصحفي من المؤتمر الصحفي وقد حصل على بُغيته من الأخبار والمعلومات والآراء الجديدة التي تصلح للنشر في الجريدة التي يعمل بها.

ولا بُدّ أن ننتبه إلى أن من حق الصحفي أن ينشر الأسئلة التي وجهها بنفسه، أو تلك التي وجهها غيره من الصحفيين، وله أن يذكر أسماء هؤلاء الزملاء والصحفي التي ينتمون إليها، وله ألا يفعل ذلك، ولكن ليس من حقه أن ينسب الحوار والأسئلة كلها إلى نفسه، وذلك أن هناك بعض الصحفيين الذين يحضرون بعض المؤتمرات الصحفية ويكتبون ما جرى في المؤتمر وكأنه حديث شخصي بين الصحفي والشخص المسؤول، بأن أن هناك من يعلن أنه ينفرد بهذا الحديث دون غيره من الصحفيين، وهذا بالطبع سلوك غير أخلاقي، ويتنافى مع تقاليد مهنة الصحافة، ففيه سطو على مجهود غيره من الصحفيين، فمن الضروري للصحفي أن يذكر أن هذا الحديث منقول عن المؤتمر الصحفي.

أما بالنسبة للبناء الفني لحديث المؤتمر الصحفي فإن أصلح القوالب الفنية لكتابة المؤتمر الصحفي ـ هو قالب الهرم المقلوب المتدرج، وهو بذلك يختلف عن القالب الذي يكتب به الحديث التليفوني، وهو قالب الهرم المقلوب (غير المتدرج) ويعود ذلك إلى

استحالة أن تقوم أية صحيفة بنشر النص الحرفي لوقائع أي مؤتمر صحفي، وذلك لطول بعض هذه المؤتمرات من ناحية، ولأن الصحيفة غالباً ما تركز على الزوايا التي تهمها فقط من وقائع المؤتمر الصحفي، وتهمل الزوايا الأخرى من ناحية ثانية.

ومن النادر أن نجد صحيفة من الصحف التي تصدر في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة تنشر الوقائع الكاملة لأي مؤتمر صحفي حتى لو كان لرأس الدولة التي تصدر بها الصحيفة، ولكنا نلاحظ أن العكس يحدث في كثير من الدول النامية.

واستخدام قالب الهرم المقلوب المتدرج في كتابة المؤتمر الصحفي يُمكّن الصحيفة من إبراز أهم الأخبار والآراء التي قيلت في المؤتمر، وثم هو يُمكّن الصحيفة أيضاً من تلخيص الكثير من وقائع المؤتمر من ناحية، وإبراز نص بعض الأقوال المهمة للمتحدث من ناحية ثانية، وذلك في جسم الحديث، وبالطبع فإن ترتيب فقرات الجسم والمزاوجة بين التلخيص والأقوال المقتبسة يتم حسب أهمية كل منها بالنسبة لسياسة الصحيفة واهتماماتها ـ بحيث تبدأ بالأكثر، أهمية ثم بالمهم، ثم بالأقل أهمية، وهكذا حتى نهاية المؤتمر الصحفي.

التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

فالتحقيق الصحفي يشرح ويفسر ويبحث الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

فالتحقيق الصحفي فن يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث وللأشخاص الذين اشتركوا في هذه الأحداث، وهو كفن قد يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو الحديث أو الرأي أو الأستفتاء أو البحث. بجانب أنه كثيراً ما يستعين بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم أو الكاريكاتير، وقد تساعد المقارنة بين فن التحقيق الصحفي وغيره من الفنون الصحفية على مزيد من الفهم لمفهوم التحقيق الصحفي.

فالتحقيق الصحفى يختلف على سبيل المثال عن الخبر فى كون الخبر الصحفى يجيب على اكبر عدد من الاسئلة الخمسة والمعروفة وهى: من؟ ومتى؟ واين؟ وماذا؟ولماذا؟ فى حين ان التحقيق الصحفى عن الخبر ايضا فى كون الخبر لا يجب على محرره ان يظهر شخصيته بينما التحقيق الصحفى غالبا ما يكشف عن شخصية، كاتبه.

ويختلف التحقيق الصحفى عن المقال الافتتاحي فى كون المقال الافتتاحى يجب ان يعبر عن سياسية الجريدة، بينما التحقيق الصحفى ليس مطلوب منه التعبير عن هده السياسة وان كان مطالبا بالا يتناقض معها.

ويختلف التحقيق الصحفي عن القصة الأدبية فى كون القصة الأدبية تبنى على الخيال او تلتقط جزءا من الواقع ثم تكسوء بالخيال، وفى حين التحقيق الصحفي يرسم صورة واقعية للحياة.

والتحقيق الصحفى فن حديث نسبيا فى الصحافة فهو لم يستخدم على نطاق واسع الا فى مطلع القرن العشرين وان كان قد عرف قبل دلك بقرن كامل على الاقل.

ويعود الفضل فى ظهور التحقيق الصحفى ثم تطوره وانتشاره حتى صار احد الفنون الصحفية الرئيسية فى الصحافة العالمية الى انتشار وظهور الافكار الديمقراطية بما تعنيه من حرية المناقشة وحرية الراى ثم جاء تقدم الفكر الاجتماعى بما يعنيه من تنبه الادهان الى ما يحيط بها من القضايا والمشاكل الاقتصادية والسياسية وغيرها. وهو الامر الدى دفع الناس الى العمل من اجل تغيير واقعهم الاجتماعي الى الأفضل.

وقد كان التحقيق الصحفى هو احد الادوات الصحفية الهامة لمناقشة هده المشاكل والقضايا الاجتماعية مناقشة موضوعية وحدة ومن خلالها طرحت العديد من الحلول لهده المشاكل والتى استهدفت فى آخر الامر الوصول الى مجتمعات افضل. وغير ان التحقيق الصحفى لم يتطور وينتشر بشكل واسع الا بعد ازدهار فن الطباعة الرتوجرافور او فن الطباعة الغائرة وهو الامر الدى ساعد على ظهور الصحف والمجلات المصورة.

ثم جاءت أحداث الحرب العالمية الثانية لتساهم فى تقدم فن التحقيق الصحفى فى الصحافة حيث تطور فنون الاتصال التليفوني والتلغرافي ونقل الصور بسرعة فتعطش

الناس الى معرفة الأخبار وتحليلها ودراسة أبعادها وأثارها - فكان من الضروري الاعتماد على فن التحقيق الصحفى لإشباع هذه الحاجات الجديدة.

وأخيرا فقد ازدهر فن التحقيق الصحفي فى السنوات العشرين الأخيرة بفضل التقدم الذى شهدته ميادين الطباعة والتصوير والرسم وصناعة الكليشيهات، فضلا عن التقدم الهائل فى فن التصوير الصحفى.

والتحقيق الصحفي يلبى وظائف الصحافة الأساسية فهو من ناحية يلبى وظيفة الإعلام.. حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.

وهو من ناحية ثانية يلبى وظيفة الصحافة فى تفسير الانباء.... فالتحقيق الصحفي يقوم بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها ودلك عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.

والتحقيق الصحفي من ناحيه ثالثة يلبى وظيفة الصحافة فى التوجيه والارشاد وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته بالبحث لها عن حلول.

ومن ناحيه رابعه فان التحقيق الصحفى يلبى وظيفة الصحافة فى التسليه والامتاع فهو كثيرا ما يركز على الجوانب الطريفه والمسليه فى الحياه.

واخيرا فان التحقيق الصحفى يلبى وظيفة الصحافة فى الاعلان وذلك بترويج سلعة ما او الاشاده بمشروع معين وهو ما يسمى بالتحقيقات الاعلانيه.

والحياة الاجتماعية هى التى تقدم للمحق الصحفى الموضوعات التى يكتب عنها. فهو غالبا ما يلتقط افكار موضوعاته من الاخبار الهامه المنشورة فى الصحف والمجلات او من بين ثنايا الاحاديث او المقالات الصحفيه او مما تذيعه الاذاعه او التلفزيون من اخبار فى برامجها المختلفة. كذلك فان الملاحظه الشخصيه للمحقق الصحفى للاضافة الى تجربته الاجتماعيه فى الحياه غالبا ما تشكل مصدرا هاما من مصادر التحقيق الصحفى. ويضاف الى ذلك ما تقع عليه يدى المحقق من نشرات او وثائق. او ابحاث هامه.

واخيرا فان الرحلات والحفلات العامه والخاصه وكل ما من شأنه ان يعبر عن الحياه الاجتماعيه يعتبر مصدرا اساسيا من مصادر التحقيق الصحفى.

والتحقيق الصحفى يمكن ان يستوعب بموضوعاته حياة المجتمعبمجالااتها المتنوعه. فالتحقيق الصحفى الصحفى يمكن ان يكون موضوعه احدى المشكلات او القضايا العامه التى تهم المجتمع كله او احدى طبقاته او فئاته المختلفة. وقد يكون موضوع التحقيق ايضا شخصيه من الشخصيات العامه فى المجتمع او بحثا علميا او كشفا او اختراعا جديدا او مكانا تاريخيا او حفلااو مهرجان او غير ذلك من الموضوعات التى تمتلئ بها حياتنا الاجتماعيه.

ورغم تشعب مجالات التحقيق الصحفى وتعدد موضوعاته الا أنه يمكن أن يذكر خمسة أنواع رئيسية منها هي:

١. تحقيق الخلفيه: وهو التحقيق الذى يستهدف شرح وتحليل الاحداث والكشف عن ابعادها ودلالاتها.. انه تحقيق يبحث بالدرجه الاولى عما وراء الخبر.

٢. تحقيق الاستعلام اوالتحرى: وهو التحقيق الصحفى الذى يلتقط مسأله من المسائل التى تهم الرأى العام فيجمع كل التفاصيل المتعلقه بها ويعرضها على ويلقى الضوء على جميع الجوانب.. وهذا النوع من التحقيقات ينطلق من النظر الى التحقيق الصحفى باعتباره اداة من ادوات تشكيل الرأى العام.

٣. تحقيق البحث او التحقق: وهذا النوع من التحقيقات الصحفيه يشبه الى حد كبير التحقيق الذى تجريه الشرطه فى كشف الجرائم الغامضه. اى انه تحقيق يستهدف الكطشف عما لا يعرفه احد مثل الكشف عن تلاعب فى توزيع المواد التموينيه.. او الكشف عن اختلاسات فى بعض مرافق الحكومه.. او الكشف عن انحراف بعض السياسيين او سوء استغلال البعض لوظائفهم....!

ويندرج تحت هذا النوع من التحقيقات الصحفية ما يسمى بتحقيقات تنظيف المجتمع من الفساد مثلما حدث عندما كشفت صحيفة واشنطن بوست الأمريكية في يونيو ١٩٧٦ تورط الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي، وقد انتهت تحقيقات الواشنطن بوست باستقالة نيكسون وهو ما عرف بفضيحة ووترجيت.

تحقيق التوقع:

وهذا النوع من التحقيقات الصحفية يستهدف مساعدة القارئ ليس فقط في معرفة كيف وقع هذا الحدث أو ماذا جرى في هذه القضية، وإنما يستهدف أيضاً وبدرجة أهم مساعدة القارئ في معرفة كيف سيتطور هذا الحدث وإلى أين ستنتهي الأمور بهذه القضية! أي أن كاتب التحقيق الصحفي لن يقول للقارئ ماذا جرى؟ أو ماذا يجري؟ وإنما يقول له: ماذا سيجري في المستقبل؟ مثلاً: ماذا سيحدث بعد ارتفاع الأسعار؟

وأين سينفق الناس علاواتهم الجديدة؟

ومن سيفوز بالانتخابات في أمريكا كارتر أم ريجان؟

تحقيق الهروب:

وهذا التحقيق يلبي حاجة القارئ إلى التسلية والامتاع، وهو يأخذ صفة (الهروبية) من كونه يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية ويهرب به عن اهتماماته السياسية، ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات المثيرة (أحد هواة تسلق الجبال ينجح في الوصول إلى قمة الهملايا!) وشمل القصص العاطفية (فتاة أمريكية تقع في غرام شاب صيني!) ومثل الأحداث الغريبة (رفضت دفع ١٢٥ قرشاً لعلاجها.. وماتت وفي حجرتها كنز من التسول!) ومثل الموضوعات التي تدور عن نجوم السينما والمسرح والرياضة (أكثر من وجه لبيتر سيلرز!).

وبجانب هذه الأنواع الخمسة الهامة للتحقيقات الصحفية، هناك أنواع أخرى للتحقيقات لابد أن يوليها محرر التحقيقات اهتمامه مثل التحقيقات التي تعرض للأفلام الجديدة أو المسرحيات والمعارض والندوات والكتب أو هناك التحقيقات التي تتناول بعض القضايا التاريخية أو تتناول موضوعات الأزياء والموضة، وكل هذه تحقيقات عادية لا غنى لأية صحيفة عنها ولكن يجب ألا يتم تناولها بشكل روتيني وإنما يراعى في كتابتها اختيار زوايا جديدة تهم القارئ وتدفعه إلى قراءتها، فالمهم دائماً أن تختار الموضوع الذي يهم القراء.

إعداد التحقيق الصحفي:

اختيار التحقيق الصحفي:

أو خطوة في الإعداد للتحقيق الصحفي هي اختيار فكرة التحقيق أو موضوعه.

وهذه العملية تخضع لعدة اعتبارات لعل أهمها أن تكون هذه الفكرة مستوحاة من الأحداث الجارية أو مرتبطة بالقضايا التي تشغل المجتمع.

كذلك لابد وأن تكون فكرة التحقيق الصحي جديدة ومبتكرة وقادرة على جذب اهتمام القارئ، ولكن يجب أن نعي أن أي موضوع أو فكرة سبق طرحها، يمكن أن تطرح من جديد، بشرط أن يتم تناولها من زاوية جديدة، مثلاً امتحانات الثانوية العامة، موضوع تيكرر كل عام وبنفس الطريق في الصحف، ماذا لو تم تناوله من زاوية جديدة غير تلك الزوايا التي تدخل الرعب في قلوب الطلاب، مثل: هؤلاء هم الذين يضعون امتحانات الثانوية العامة! ومثل: كيف يعيش العمال في المطبعة التي تطبع أسئلة الامتحانات؟ وثل: هل يمكن تسرب أسئلة الامتحانات؟ ومثل: أوائل العام الماضي..أين هم الآن؟

وهناك مثلاً موضوع آخر كإعلان الميزانية السنوية للحكومة، وهو موضوع جامد ولكنه يتكرر كل عام، ماذا لو تم تناوله من زوايا أقل جفاف، مثل: ٦ كيلو لحم و٧ كيلو سمك وثلاث قطع جاتوه، نصيب كل فرد، في الميزانية الجديد! أي يعاد تفسير الميزانية ليقدم المحرر نصيب كل قارئ من الميزانية الجديدة، فهذا إدعى لجذب اهتمام القارئ من الأرقام العامة الصماء للميزانية!

إن الحصول على فكرة تحقيق صحفي مبتكر هي أصعب جزء في عمل محرر التحقيقات الصحفية ولإدراك الصحف، وخاصة في المجتمعات المتقدمة لهذه الحقيقة صارت تكلف مندوبي الأخبار الصحيفة بأن يقدم كل منهم عدداً معيناً من الأفكار التي تصلح لتكون تحقيقات صحفية في المجالات التي يغطون أخبارها واعتبر ذلك جزءاً أساسياً من عملهم.

وهناك بعض الصحف التي تكلف عدداً من الخبراء والاختصاصيين في مجالات أنشطة الصحيفة المختلفة بتقديم أفكار لتحقيقات صحيفة، فهي مثلاً تكلف بعض كبار الأطباء باقتراح أفكار لبعض التحقيقات عن الطب، وكذلك الأمر مع أساتذة الجامعات ورجال التعليم ورجال الأعمال والبارزين في المهن المختلفة، وبهذه الطريقة تضمن الصحف تغذية قسم التحقيقات الصحفية بمورد لا ينضب من الأفكار الصحفية.

واختيار المحرر لفكرة التحقيق لا يعني أنه يستطيع أن يبدأ في تنفيذه وإنما عليه أن يطرح هذه الفكرة في اجتماع قسم التحقيقات الذي يضم غالباً خيرى الصحفيين العاملين في الصحيفة وعليه أن يستمع إلى ملاحظات زملائه من أعضاء القسم ومن رئيسه وغالباً ما يحضر هذا الاجتماع رئيس التحرير ونواب رئيس التحرير ليس فقط لمناقشة الاقتراحات المقدمة من المحررين وإنما لتغذية القسم بالاقتراحات الجديدة.

وعلى المحرر قبل أن يطرح فكرة التحقيق للمناقشة في داخل قسم التحقيقات أن يدرس الفكرة بعناية وأن يبحث عما إذا كان قد سبق وعولج الموضوع في صحيفة أخرى، ويكفي أن يسمع في الاجتماع من يقول: لقد سبق نشر هذا الموضوع منذ مدة قصيرة في صحيفة كذا!

إن هذه الكلمة كفيلة بأن تقتل الاقتراح!

ولكن إذا كان المحرر صاحب الاقتراح قد سبق له دراسة الخلفية الوثائقية للموضوع، يمكنه عندئذ أن يثبت أن الموضوع جديد ولم يسبق أن تناولته صحفية أخرى. كذلك يمكنه أن يكشف عن أهمية الزاوية الجديدة التي يتناول منها الموضوع إذا ما كان قد سبق وتناولت الموضوع صحيفة أخرى!

جمع المادة الأولية للتحقيق:

المادة الأولية للتحقيق الصحفي هي المعلومات الخلفية للموضوع وهذه المعلومات يمكن للمحرر أن يحصل عليها من جهتين:

{أ} أرشيف المعلومات بالصحيفة: وفي هذا الأرشيف يجد المحرر جميع ما كتب عن الموضوع في الصحف والمجلات وكل ما وضع حول الموضوع من دراسات ووثائق وبيانات.

{ب} المكتبة: وفيها يحدد المحرر الكتب والمؤلفات التي وضعت في الموضوع او أو حوله أو التي تناولته من قريب أو بعيد.

ومن خلال التعامل مع الأرشيف والمكتبة يمكن للمحرر الحصول على التطور التاريخي للموضوع من ناحية وعلى البيانات الأساسية له من ناحية يضاف إلى ذلك ما يرتبط بالموضوع من أرقام وإحصائيات.

فإذا كان المحرر يتناول مثلاً قضية الأحوال الشخصية، يمكنه أن يحصل من الأرشيف على جميع القوانين التي صدرت للأحوال الشخصية ويمكنه أن يضع يده على تطور هذه القوانين، كذلك يمكنه أن يلم بكل ما كتب في الصحف عن الموضوع وكل ما دار حوله من مناقشات سواء في الصحف أو في البرلمان أو في مجلس الوزراء فمناقشات البرلمان أو مجلس الوزراء تنشرها الصحف أيضاً.

أما المكتبة فهي تتيح للمحرر أن يطالع الكتب والمؤلفات التي وضعت في الأحوال الشخصية ويمكن أن يعرف رأي الشريعة الإسلامية في الموضوع، ويطلع أيضاً على آراء كبار الأئمة والمشرعين والاجتهادات المختلفة في الموضوع، وهو الأمر الذي يتيح له ثقافة واسعة وإلمام كامل بكل جوانب الموضوع.

وعلى ضوء هذه الخلفية يمكن للمحرر بعد ذلك أن يبدأ في تنفيذ التحقيق الصحفي.

تنفيذ التحقيق الصحفي:

تنفيذ التحقيق يبدأ عندما يخطو المحرر خطواته الأولى في البحث عن المعلومات الحية عن الموضوع، والمعلومات (الحية) توجد بالدرجة الأولى عند الأشخاص الذين يدور حولهم موضوع التحقيق أو يمسهم من قريب أو بعيد، معنى ذلك أن المحرر قد يضطر إلى إجراء العديد من المقابلات الصحفية مع عدد من الأشخاص الذين يمكنهم إضافة معلومات هامة في الموضوع سواء كانوا (من المسئولين في الحكومة أو من المتخصصين في الموضوع من رجال الجامعات أو الباحثين في مراكز البحوث أو من الموظفين العاديين الذين يمس الموضوع حياتهم أو مصالحهم. وهذه المقابلات تتطلب إعداد سابقاً من المحرر يشبه في كثير من الحالات الإعداد المسبق للحديث الصحفي، الذي سبق وشرحناه عند الحديث عن إعداد الحديث الصحفي مثل دراسة الشخصية التي يلتقي معها ومثل الإعداد المسبق لأسئلة المقابلة. كذلك فالمحرر مطالب أثناء إجرائه لهذه المقابلات أن يحرص على ضرورة تحديد موعد سابق مع الشخصيات التي يلتقي بها وعليه أيضاً أن يفهم طبيعة الشخصية التي يجرى معها المقابلة، وهل تنتمي إلى الفئة المتعاونة أم الفئة المترددة أم الفئة المتهربة وأن يتعامل مع كل شخص حسب طبيعته.

كذلك من الضروري أن يلتزم المحرر بقواعد إدارة الحوار الصحفي وبقواعد تسجيل الحوار سواء كان عن طريق النوته أو دفتر الملاحظات أو جهاز التسجيل.

ولكن من الضروري أن نلاحظ أن المعلومات (الحية) في التحقيق الصحفي لا تؤخذ فقط من أفواه الشخصيات التي يمسها الموضوع، بل أن بعض الوثائق أو البيانات أو الأرقام أو التقارير التي لم يسبق نشرها وتحوي بيانات هامة في الموضوع يمكن أن تشكل مصدراً أكثر حيوية من الشخصيات الحية.

وعلى سبيل المثال فإن الوثائق السرية للبنتاجون (ووزارة الدفاع الأمريكية) حول الفظائع التي ارتكبتها القوات الأمريكية في فيتنام والتي حصلت عليه صحيفة نيويورك تاميز عام ١٩٧١م ونشرتها أحدثت دوياً هائلاً في المجتمع الأمريكي أدى فيما بعد إلى الانسحاب الأمريكي من فيتنام! وكان مجرد نشر الوثائق سبقاً صحفياً يسجل كعلامة بارزة في تاريخ هذه الصحفية.

المقال النقدي:

المقال النقدي... هو الذي يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرأ، أو يشاهده أو يسمعه من هذا لكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي الذي يتدفق كل يوم سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي.

مجالات المقال النقدي:

تتسع مجالات اهتمام المقال النقدي لتشمل غالبية النشاط الإنساني الأدبي والفني والعلمي، ويمكن أن نشير إلى أبرز هذه المجالات في النقاط التالية:

[١] الإنتاج الأدبي من قصص وروايات وشعر وأغاني.

[٢] الإنتاج المسرحي سواء كان إنتاجاً مطبوعاً أو إنتاجاً معروضاً على المسرح.

[٣] الإنتاج السينمائي من أفلام طويلة وأفلام قصيرة وأفلام كارتون وأفلام تسجيلية.

[٤] الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني من تمثيليات وأغاني وبرامج منوعه وغير ذلك من ألوان الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني.

[٥] الفنون التشكيلية من رسول وصور ونحت وغيرها مما يدخل في مجال الفنون التشكيلية.

[٦] الإنتاج العلمي ممثلاً في المؤلفات والكتب الجديدة أو المقالات والأبحاث والدراسات سواء ما كان منها يرتبط بالعلوم الاجتماعية كالتاريخ والفلسفة والاجتماع وعلم النفس والسياسة والاقتصاد وغيرها أو ما كان متعلقاً بالعلوم الطبيعية كالطب والكيمياء والفيزياء وغيرها من العلوم.

وظائف المقال النقدي:

يقوم المقال النقدي في الصحافة بأداء الوظائف التالية:

[١] عرض وشرح وتفسير وتحليل الأعمال الأدبية الفنية والعلمية والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

[٢] تقديم شكل ومضمون العمل الفني والأدبي والعلمي وذلك بالكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.

[٣] إرشاد القارئ ومعاونته على اختيار أفضل الأعمال الفنية أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى المرتفع، فالمقال النقدي هو الذي يشير مثلاً على القارئ بالفيلم الذي يستحق أن يشاهده والفليم الذي لا يستحق، وكذلك الأمر بالنسبة للمسرحيات وبرامج التلفزيون، والناقد في كل حالة من هذه الحالات التي يقدم للقارئ نصيحته من خلال الحجج المنطقية التي يدعم بها وجهة نظره.

[٤] الكشف عن آثار ونتائج العمل الفني والأدبي على الجمهور المتلقي فالناقد السينمائي لا يهتم فقط بإبراز نواحي الجمال أو القبح ولا بنواحي الجودة أو الرداءة في الفيلم الذي ينقده، وإنما يمكنه أن يقوم أيضاً بالإشارة إلى تأثير هذا الفيلم على جمهور المشاهدين فإذا كان بالفيلم جرعة زائدة من الجريمة أو الجنس أو الإنحراف مما يشكل خطراً على الشباب لكان من حق الناقد أن يكشف عن مثل هذه الآثار وله أن يقترح من الآراء ما هو كفيل بمعالجة، هذه العيوب كان يطالب بمنع عرض الفيلم مثلاً أو حذف الأجزاء التي يرى خطورتها أو يكتفي بالمطالبة بمنع عرض الفيلم لمن هم أقل من ١٦ سنة!

لغة المقال النقدي:

إذا كان المقال الافتتاحي يمثل اللغة الصحية الخالصة، أي تلك باللغة العربية الفصحى التي يستعملها المواطن العادي في حياته اليومية وإذا كان كاتب العمود الصحفي يجمع بين اللغة الصحفية واللغة الأدبية فإن المقال النفدي يجمع بين اللغة لاصحفية واللغة العلمية.

وذلك أن النقد نفسه سواء كاء نقداً أدبياً أو فنياً أو علمياً يقوم على أساسين:

الأول: النظريات والقواعد والأصول العلمية، والناقد الأدبي أو الفني أو العلمي ملتزم في كتابته للمقال النقدي بقواعد وأصول ونظريات العلم الذي تخصص فيه.

الثاني: انطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني وريته الفنية والفكرية الخاصة فالمقال النقدي ليس مجرد عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد علمية صارمة والخروج منها بنائج محددة. وإنما هو في نفس الوقت علم وفن ومزيج بين موضوعية العالم وذاتية الفنان، ولعل هذا هو الذي يفرق بين ناقد وآخر رغم أنهما قد يتصديان لنقد عمل واحد.

ونخرج من ذلك بأن لغة المقال النقدي لابد أن تجمع بين موضوعية ودقة اللغة العلمية وبين جمال وذوق اللغة الأدبية، ولكن لا يجب أن ننسى في الوقت نفسه أن المقال النقدي هو في النهاية فن صحفي ينشر في الصحف ليفهمه قراء الصحف وهو لهذا لابد أن تتوفر فيه أيضاً ملامح وخصائص اللغة الصحفية أي البساطة والوضوح والسهولة.

بناء المقال النقدي:

يقوم بناء المقال النقدي على طريقة الهرم المعدل، تماماً كالمقال الافتتاحي والعمود الصحفي بحيث يتضمن ثلاثة أجزاء:

مقدمة المقال النقدي:

وهي تشمل النقاط التالية:

(1) القضية أو المشكلة أو الفكرة الهامة التي يثيرها موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي. وعلى سبيل المثال فإن أكثر الذين تعرضوا بالكتابة النقدية المسرحية بكالوريوس في حكم الشعوب، كان مدخلهم إلى الموضوع كونها أو مسرحية عربية تطرح بصراحة أزمة الحكم العسكري في دول العالم الثالث.

[٢] التجديد أو التطوير أو العنصر الجديد الذي يطرحخ شكل ومضمون هذا العمل. وعلى سبيل المثال فإن أكثر المقالات النقدية التي كتبت عن أغنية (أنت عمري) التي جمعة لأول مرة بين موسيقى عبد الوهاب وصوت أم كلثوم، وقد ركزت مقدماتها جميعاً على أهمية المقدمة الموسيقية الطويلة للأغنية باعتبارها تطويراً في شكل الأغنية العربية بما يعطى للموسيقى دور أكبر من الأداء ومن الكلمات.

[٣] مدى إقبال الجمهور على العمل أو مدى ادباره عنه! فالذين كتبوا عن فيلم (رجل لكل العصور) بدأوا مقالاتهم النقدية بإبداء الدهشة من عدم إقبال الجمهوري على الفيلم لدرجة أنه لم يمكث سوى أسبوع واحد في دار العرض! في حين يعتبر الفيلم من الناحية الفكرية والفنية من أهم الأفلام التي انتجت في السنوات الأخيرة.

[٢] جسم المقال النقدي:

وهو يضم النقاط التالية:

[١] عرض موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.

[٢] تحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة للعمل.

[٣] تقديم المعلومات الخلفية أو التاريخية للعمل نفسه أو الأشخاص المشتركين فيه.

[٤] المقارنة بين هذا العمل وغيره من الأعمال المشابهة.

[٣] خاتمة المقال النقدي:

وهي تشمل النقاط التالية:

[١] التقييم النهائي للعمل وتحديد مستواه بالنسبة لغيره من الأعمال المشابهة.

[٢] دعوة القارئ إلى سماع أو مشاعدة أو قراءة هذا العمل أو دعوته إلى عدم الاهتمام به.

فن المقال التحليلي:

تعريف المقال التحليلي:

المقال التحليلي هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً، وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام. والمقال التحليلي

يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أ بعيد، ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات، والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع المحاضرة، وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل، ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث، فهو غالباً ما يكون أسبوعياً، ولو كان ينشر في صحيفة يومية، وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة.

وهناك فارق جوهري بين المقال التحليلي وبين المقال الافتتاحي (عبر الفارق في الحجم والمساحة والمكان الثابت) وهو أن المقال التحليلي لا يعبر عن سياسة الصحيفة وإن كان يجب ألا يختلف معها فهناك مساحة كبيرة من الحرية تمنح لكتاب المقال التحليلي تسمح لهم بالتمييز من رأي الصحيفة.

ولقد لعب المقال التحليلي دوراً متميزاً في تاريخ الصحافة العربية بل أن تاريخ الصحافة العربية هو في واقع الأمر تاريخ كتاب المقال التحليلي منذ رفاعة رافع الطهطاوي وأحمد فارس الشدياق في النصف الأول من القرن التاسع عشر وحتى محمد حسين هيكل وأحمد بهاء الدين في النصف الثاني من القرن العشرين، وبين الفقرتين فبرزت عشرات الاسماء اللامعة في كتابة المقال التحليلي في الصحافة العربية، الشيخ محمد عبده وعبد الله النديم وأديب إسحق ورشيد رضا ومصطفى كامل والشيخ علي يوسف وأحمد لطفي السيد وأمين الرافعي وعبد القادر حمزة والدكتور محمد حسين هيكل وطه حسين والعقاد.

وظائف المقال التحليلي:

للمقال التحليلي عدة وظائف هامة ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

[١] عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها.

[٢] مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.

[٣] التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع وطرح وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

موضوعات المقال التحليلي:

يتسع المجال أمام كتاب المقال التحليلي شأنهم شأن كتاب العمود الصحفي للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد واجتماع وثقافة وفكر، ولكن ينفرد النشاط السياسي بالاستحواذ على غالبية ما يكتب من مقالات تحليلية.

ولعل في هذا ما يكشف عن فرق هام بين المقال التحليلي وبين العمود الصحفي فعلى حين تغلب السياسة على المقال التحليلي، نجد المسائل الاجتماعية تغلب على العمود الصحفي.

كذلك فإن هذه الحقيقة تشكف عن فارق آخر بين المقال التحليلي والمقال الافتتاحي، إذ يغلب على المقال الافتتاحي طابع (التعليق السريع) على الأحداث الجارية في حين يغلب على المقال التحليلي طابع (التعليق العميق) على نفس الأحداث الجارية، لذلك كان في إمكان الكاتب أن يكتب المقال الافتتاحي كل يوم في حين لا يستطيع غالباً أن يكتب المقال التحليلي إلا كل أسبوع.

كتابة المقال التحليلي:

يكتب المقال التحليلي شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحفي في قالب الهرم المعتدل، أي يحتوي على مقدمة وجسم وخاتمة، ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكبر حجم مساحته في الصحيفة، وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بان يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

كذلك فإن كبر حجم مساحة المقال التحليلي تسمح لكاتبه بحشد كمية كبيرة من المعلومات الخلفية التي تتعلق بموضوع المقال.

فمقدمة المقال التحليلي يمكن أن تحتوي على العناصر التالية:

[١] إبراز حدث من الأحداث الهامة الجارية.

[٢] طرح قضية تشغل الرأي العام وتمس مصالح الجمهور.

[٣] تقديم اقتراح جديد يثير اهتمام القراء.

أما جسم المقال التحليلي فيتضمن العناصر التالية:

(١) المعلومات الخلفية للموضوع الذي يناقشه المقال.

(٢) حشد الأدلة والشواهد والحجج التي تؤكد وجهة نظر الكاتب.

(٣) كشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة.

(٤) عرض الآراء المؤيدة أو المعارضة لوجهة نظر كاتب المقال والرد عليها.

أما خاتمة المقال التحليلي فهي تحتوي على العناصر التالية:

(١) خلاصة وجهة نظر الكاتب في الموضوع.

(٢) استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالقضية التي يطرحها الكاتب.

(٣) فتح حوار بين الكاتب والقراء من ناحية وبينه وبين غيره من الكتاب من ناحية ثانية حول موضوع المقال.

الحملة الصحفية:

الحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير الصحفي وإنما هي فن إستخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي وقد يجذب الموضوع عدداً من كتاب المقالات في الصحيفة حتى يتحول الموضوع إلى حملة صحفية وهو عندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فناً قائماً بذاته من فنون التحرير الصحفي وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة.

فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.

وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ الاحاديث الصحفية وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية أو المقالات الصحفية و التقارير الصحفية بل وقد تأخذ هذه الأشكال كلها معاً بل وقد تتضمن أيضاً الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى.

وظائف الحملة الصحفية:

١- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة أو تعبئة ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو ضد هذه الفكرة.

٢- تنظيف المجتمع من الفساد ومن الوان الانحراف المختلفة.

أنواع الحملات الصحفية:

وهناك نوعان من الحملات الصحفية وهما:

النوع الأول: الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها أكبر عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والابحاث ولا تبدأ هذه الحملة إلا بعد أن تستكمل الصحيفة اعدادها إعداداً كاملاً للنشر.

ومثال ذلك الحملة التي أعدتها صحيفة نيويورك تايمز الامريكية عام ١٩٧١م ضد فظائع الجيش الامريكي في فيتنام حيث قامت الصحيفة بالحصول على سبعة آلاف وثيقة سرية من أوراق البنتاجون (وزارة الدفاع الامريكية) تكشف أسرار هذه الفظائع وتدل عليها وقد حصلت الصحيفة على هذه الوثائق عن طريق (دانيال الزبرج) الذي حصل على هذه الوثائق من البنتاجون نفسه حيث كان يعمل موظفاً به وقد نجحت هذه الوثائق في تعبئة الرأي العام الأمريكي ضد حرب فيتنام مما أدى بعد ذلك إلى انسحاب أمريكا من فيتنام.

النوع الثاني: الحملة الصحفية المفاجئة:

وهي الحملة التي تقوم بدون اعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع فقد ينشر خبر صغير تمسك الصحيفة بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الاخبار المتتالية حتى ينفجرالموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله ومثال ذلك حصول أحد المحررين المبتدئين في صفحة الحوادث بصحيفة (واشنطن بوست) الأمريكية على خبر صغير عن وقوع سطو على المقر الإنتخابي للحزب الديموقراطي المعارض في ذلك الوقت.وبمتابعة الخبر مرة تلو المرة اكتشفت الصحيفة تورط الرئيس الامريكي (الجمهوري) نيكسون في هذا السطو على المقر الانتخابي للحزب المعارض وذلك لتركيب أجهزة تجسس على اجتماعاته الانتخابية وتحول الخبر الصغير إلى حملة صحفية قادتها صحيفة الواشنطن بوست وانتهت باستقالة نيكسون رئيس الولايات المتحدة الأمريكية.

عناصر الحملة الصحفية:

تقوم الحملة الصحفية على ثلاثة عناصر لا بد أن تتكامل وأن تتفاعل لكي تحقق الحملة الصحفية أهدافها وهذه العناصر هي:

١- موضوع الحملة: يجب أن يكون قضية او مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب ف نفس الوقت.

٢- هدف الحملة: لابد أن يكون هدف الحملة واضحاً ومحدداً من البداية بحيث يصبح من السهل على القارىء العادي أن يتبينه ذلك ان عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وعدم اقتناع القارىء بموقف الصحيفة.

٣- جمهور الحملة: من الضروري أن تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي الذي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحفية بحيث تنجح في في أن تنجح في أن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية وبذلك الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من اجله.

عوامل نجاح الحملة الصحفية:

١- الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع اكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والادلة الكافية لإقناع الرأي العام.

وفي الحملات الصحفية المفاجئة لا بد ان تسرع الصحيفة أيضاً بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.

٢- المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام.

٣- أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر وتمنحه فرصة الرد على الإتهامات الموجهة إليه..أن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.

٤- أن تجند الصحية كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية فتشرك فيها أبرز محرريها وكتابها الكبارز

٥- الإلتزام بالموضوعية واحترم الخصم وعدم توجيه الاتهام بدزن أدلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء.

التغطية الصحفية للحملة:

ان التغطية الصحفية للحملة تعني عملية جمع المعلومات والوثائق والبيانات المتعلقة بموضوع الحملة وهي عملية شاقة وخاصة إذا كان هدف الحملة الكشف عن قضايا الفساد أوالإنحراف إذ لا بد للصحفي أن يعمل على الحصول على الوثائق والأدلة التي تؤكد دعواه من ناحية والتي تحميه أمام القانون فلا يهتم بالقذف أو التشهير من ناحية ثانية ونجاح الصحيفة اليوم يقاس بمقدار ماتحصل عليه من أمثال هذه الاحداث الغامضة التي تزيح الستار عن حوادث هامة أو وقائع مثيرة أو بيانات مجهولة أو يوجد من يتعمد إخفاءها لتحقيق مصالح شخصية أو منافع مادية أو التستر على جرائم أو فضائح مالية أو خلقية أو إنحرافات في مجال سوء إستخدام السلطة وغير ذلك من القضايا التي تكشف عن الفضائح والجرائم المتنوعة فمثل هذه الحملات تهم القراء وتثير إنتباهم بما تكشفه من حوادث الاختلاس أو الرشوة أو المحسوبية والإهمال أو استغلال النفوذ وترضي رغبتهم في تنظيف المجتمع من الفساد ولو أدى الامر دخولها في مواجهة مع عدد من أصحاب النفوذ ففي مثل هذه الحالة فإن القاريء سيتطوع ليمد الجريدة بكثير من المعلومات والحقائق ويكشف لها العديد من الاخطاء والإنحرافات وأوجه الفساد في المجتمع ويتحول القراء إلى مندوبين صحفيين في خدمة الجريدة ومن الضروري أن يدرك الصحفي عندما يتصدى للكشف عن الإنحراف والفساد أن تغطيته لمثل هذا الخبر ليس مجرد حب الإستطلاع ولا لمجرد استعراض مهاراته الصحفية وإنما لابد أن يتأكد من ان هذه التغطية ستكون في خدمة المجتمع والقراء لأنه ليس من السهل تلطيخ سمعة الناس من اجل إشباع رغبة حب الاستطلاع عن الصحفي أو حتى عند القراء وعلى سبيل المثال فإن الصحفي الذ يهتم بالكشف عن تاريخ حياة سياسي بارز سبق إتهامه في سن الشباب في قضية ما فمثل هذه القصة الخبرية لا تفيد أحداً ولا تصلح شيئاً في المجتمع وإنما هي تهدم سمعة رجل بارز وربما تدمر حياته العائلية بسبب غلطة سبق أن ارتكبها ودفع ثمنها وهو شاب صغير، نفس الامر عندما يحاول الصحفي أن يكشف لأحد الوزراء شقيق أو قريب سبق إتهامه في قضية تمس الشرف

أوالنزاهة إذ مدى ما مدى مسئولية هذا الوزير عن إنحراف شقيقه أو قريبه فهل يصح الإساءة لسمعة الوزير بدون ذنب جناه ولكن الامر يختلف إذا كان هذا الشقيق مدان في تهم تمس إستغلاله لنفوذ شقيقه وتستر الشقيق الوزيرعلى هذا الاستغلال أو شاركه فيه.

ولكن يظل هذا النوع من الحملات الصحفية التي تكشف عن الإنحرافات والفساد إحدى المهام الرئيسية للصحافة الناجحة وخاصة في المجتمعات الديموقراطية وفي أوروبا وأمريكا استطاعت الصحافة أن ترسل بالعديد من السياسيين والنقابيين وكبار رجال الأعمال المنحرفين إلى السجون ولعل أبرز الأمثلة لذلك الحملة الحملة التي كشفت فيها صحيفة الواشنطن بوسط الامريكية في يونيو ١٩٧٢م فضيحة ووتر جيت وتورط الرئيس الأمريكي الأسبق نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي وهو الحزب المنافس للحزب الجمهوري الذي ينتمي إليه الرئيس نيكسون من رئاسة الولايات المتحدة الامريكية إحدى الدولتين العظميين في عالمنا المعاصر...!

كذلك فإن الصحافة الامريكية هي التي كشفت عن تهرب سبيرو اجينيو نائب الرئيس الأمريكي السابق نيكسون من الضرائب وحصوله على رشاوى من بعض كبار رجال المال لتسهيل صفقاتهم مع الحكومة بالإضافة إلى عدد آخر من التهم والتي إنتهت بإجباره على الاستقالة من منصبه الهام.

ثم هناك الدور الذي لعبته الصحافة في الكشف عن فضيحة رشاوى شركة لوكهيد والتي أطاحت برئيس وزراء اليابان وعدد آخر من كبار السياسيين في العالم الذين ثبت تقاضيهم رشاوى من هذه الشركة لتسهيل صفقاتها التجارية مع الحكومات التي ينتمي إليها من أشارت إليهم أصابع الإتهام.

وهناك العديد من الصعوبات التي تواجه الصحفي عندما يتصدى لتغطية حملة تمس حالة من حالات الإنحراف أو الفساد في المجتمع فهناك كثير من المواطنين الذين يعرفون بعض التفاصيل عن هذه القضية قد يمتنعون عن الحديث بل قد يقفون ضد الصحفي ويحولون بينه وبين الوصول إلى الحقيقة وذلك إما لخوفهم من التورط في الفضيحة أو لمجرد الخوف من ان تذكر أسماءهم مقرونة بمثل هذه الفضيحة أو قد تكون رغبة في حماية صديق أو تعاطف مع جار أو زميل أو رئيس سبق أن عمل معه فترة

من حياته أو خوفاً من تهديد محتمل ولكن من ناحية أخرى قد يجد الصحفي مساعدات قيمة من رجال البوليس أو رجال النيابة رغبة منهم في الشهرة أو المجد حيث تذكر أسماءهم في الصحف مقرونة بأنهم يحاربون الفساد في المجتمع بل أن الصحفي قد يجد مساعدات قيمة عند بعض نواب البرلمان أو بعض كبار المسؤولين حين يتقدموا ببعض معلوماتهم عن الفساد.

والمذكرات أو البيانات التي يسجلها الصحفي في النوتة الخاصة به ليست كافية لإثبات أن المعلومات أو البيانات التي أدلى بها إليه بعض الشهود صحيحة ونادراً ما يعتد بها أمام القضاء كذلك فإن أجهزة التسجيل غير معترف بها في المحاكم لسهولة تزييفها أو تعديلها، ولكنها مفيدة خارج المحكمة إذ أنها كثيراً ما تؤدي إلى إنهيار المتهم واعترافه في حالة سماعه تسجيلاً لنفسه يكشف عن إنحرافه ولكن يجب الحرص على إستعمال هذه الوسيلة في إطار القانون.

أما أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصحفي لحماية نفسه من الإتهام بالقذف أو التشهير ولإثبات الإنحراف أو الفساد هي أن يحاول ضمان أكبر عدد من الشهود في القضية ولكن بشرط أن يتأكد الصحفي من صلابة الشاهد وعدم امكانية تغييره لشهادته من أجل المال أو تحت ضغط التهديد وهناك بعض الصحفيين الذين يلجأون الى تسجيل أقوال الشهود أمام أحد المحلفين وذلك في أمريكا واوربا. ولكن المهم في كل الحالات هو دراسة الشهود دراسة دقيقة ووافيه من جميع الوجوه قبل الوصول اليهم وتسجيل أقوالهم.

وفي الولايات المتحده الامريكية واوربا الغربية يستخدم الصحفيون أجهزة تسجيل دقيقه لتسجيل بعض الاعترافات أوتسجيل جوانب من الوان الانحراف أو الفساد. وبعضهم يعمد الى أخفاء هذه الاجهزه في ازرار القميص أو الجاكت أو في دبوس ربطة العنق ولكن لابد من الحرص على عدم استخدام الوسائل غير القانونية كمراقبة مكالمات التلفون وغير ذلك من الوسائل التي تضع الصحفي تحت طائلة القانون لتدخله في حريات الاخرين.

كذلك يجب على الصحفي أن يحرص على عدم الاعتماد على الشهود الذين يستعدون للشهادة. من أجل المال حتى لو كانت شهادتهم صحيحه فان صحافة دفتر

الشيكات كما تطلق الصحف البريطانية على بعض الصحف الامريكية، غير مضمونة العواقب لان الشاهد قد يغير أقواله من أجل مزيد من النقود ان صحافة دفتر الشيكات قد تدفع بعض الصحفيين الى تزويرالفضائح من أجل الحصول على الشهرة أو المال كما حدث مع صحيفة الديلى ميل البريطانية في قضية اللورد ليلاند في صيف عام ١٩٧٧ وحيقيقة القضية أن أحد اثرياء انجلترا وله مجموعه من الشركات الدولية التى تتعامل في صفقات بمئات الملايين من الجنيهات ونشر منشر محرر الديلي ميل خطابا باسم اللورد ايلاند يوصى فيه بمنح رشوة لعدد من كبار السياسيين والمسئولين في عدد من الدول لتسهيل عدة صفقات لاحدى شركاته تهددت الفضيحة العديد من الساسيين والمسئولين في انجلترا أو بعض دول العالم يفقد مناصبهم واحتمال تقديمهم الى القضاء ولكن لم يستمر الامر طويلاً واكتشف زيف الحمله التي نشرها الديلي ميل فقد اتضح من تحليل مضمون الخطاب المنسوب الى اللورد ميلاند بتمكنه من اللغة الانجليزية وهكذا انهارت الحملة كلها. وتم القبض على محرر الدبلى ميل الذي اعترف بانه اختلق الحملة وانه استعان باحد المديرين العاملين فى إحدى شركات اللورد ليلاند ليزور له الخطاب مقابل عدة ألاف من الجنيهات وكان موقفا للديلى ميل لا تحسد علية واستغلت الصحف البريطابية الاخرى الفرصة وطالبت باستقالة مستر ديفد انجلش رئيس رئيس تحرير الديلى ميل..!

ولابد أن ننتبه الى الشهود الذين يقبلون الشهادة من اجل النقود قد يبالغون في شهاداتهم من أجل الحصول على أموال أكثر وهو الامر الذي يمكن أن يعرض الصحيفه الى إدانة شخص برئ.

كذلك فان الصحيفة التى تتعهد باعطاء الشاهد الرئيسى أمولاً قد تجد نفسها في موقف مد أن المحكمة بتهمة التأثير على العدالة. مثال ذلك فضيحة بروفيمو وزير البحرية البريطانية الذي تورط في علاقة غير شرعية مع كريستين كيلر استغلها أحد الجواسيس السوفيت للحصول على معلومات عن الجيش البريطاني فقد كشفتهم الصحافة وقدمتهم الى المحكمة.

كذلك فمن الضرورى أن يلجأ الصحفي الذي يتهم بتغطية حملة عن أنحراف أو فساد أو يكشف فضيحة نقابية أو مالية او أخلاقية الى محامي أو مستشار قانوني

يحدد له مدى قانونية تركاته أثناء تغطية الحدث والمحامي الردى هو الذي سيقول للصحفي ما يجب أن يمتنع عن نشره أما المحامي الذكي فهو الذي يبين للصحفي الى اي مدى يمكن أن يذهب فى النشر.

ومن الافضل أن يعمل الصحفي في مثل هذه الحالات على أن تكون جميع الاقوال والتصريحات التى يحصل عليها موقعة من اصحابها وفي حضور شهود – كذلك عليه أن يعمل نسخاً مصورة من المستندات التي يحصل عليها كلما أمكنه ذلك وعليه الا يستخدم مستندات مسروقة والا تعرضت شهرته للخطر وعرض نفسه للمحاكمة مثال ذلك ان دانيال الزبرج الذي سرق سبعة الاف وثيقه من وثائق وزارة الدفاع الامريكية (البنتاجون) عام ١٩٧١ الخاصة بفظائع الجيش الامريكى فى فيتنام ونشرها متتابعة فى صحيفة النيويورك تايمز- قد عرض نفسه للسجن عدة سنوات من اجل حصوله على وثائق مسروقه !

وفي هذه الاخبار أيضاً لابد ان يحرص الصحفي على البحث عن أكبرعدد من الادلة غير الشهود وهو يمكن أن يجد بعض هذه الادله في سجلات وثائق الحكومة الرسمية المسموع بالبحث فيها ونقلها مثل سجلات الوزراء والمحاكم والهيئات والمؤسسات العامة وأرشيف الحكومة نظير رسوم معلوم ففي بريطانيا مثلاً هناك مكتب الوثائق العامة حيث يوجد به جميع وقائع وسجلات المجالس البلدية والمحلية في بريطانيا ويمكن وهي تبين تفاصيل مدفوعات الشركات ومرتبات الموظفين الرسميين وامتلاك الأسهم والسندات ونصوص العقود الخاصة بالبيع والشراء وغير ذلك من الأمور المشابهة.

وفي هذه السجلات الرسمية المصرح بالبحث فيها يمكن للصحفي الكشف عن النمو في ثروات بعض المسئولين، وظروف وملابسات حصولهم على ثرواتهم وما إذا كانوا قد أساؤا استخدام سلطتهم في الحصول عليها.

ومن المؤسف أن مثل هذه المعلومات غير متوفرة للصحفي العربي حيث لا توجد سجلات أو ارشيف به هذه المعلومات في بلادنا واذا وجد بعضها فهي تعتير سراً من أسرار الدولة لا يباح للصحف البحث فيه فقد عجزت الصحافة المصرية مرة عن

الحصول على أسماء من يفتحون مكاتب الاستيراد والتصدير من أقارب المسئولين بسبب عدم وجود المعلومات المنظمة عن مثل هذه الأشياء.

وفي مثل هذه الحالات يمكن للصحفي أن يطلب هذه المعلومات من القراء أنفسهم فمن يعرف شيئاً يبعث به للصحيفةوقد نجحت هذه الوسيلة في حالات كثيرة فقد استطاعت صحيفة وستيرن ميل البريطانية أن تكشف طرق التحايل في ملكية الأراضي في مدينة كاردف عن طريق كشفها لاحدى حالات التزوير في ملكية قطعة أرض حكومية والاستيلاء عليها وطلبت من القراء موافاتها بالحالات المماثلة وكان ان وجدت بين يديها عشرات الحالات معتمدة بالوثائق والمستندات، ونفس الأمر كررته نفس الصحيفة في الشكوى من ان اختيار نظار المدارس في جنوب ويلز يتم عن طريق الرشوة بالنقود وحققت في الاتهام وطلبت من القراء أن يشاركوها في كشف الحقائق والأسرار المتعلقة بالموضوع. وقد مد القراء الصحيفة بالمعلومات المطلوبة ولكن في طريق عكسي إذ اثبتوا أن الاتهام غير صحيح وقد اتضح ذلك بالفعل باستثناء حالة واحدة فقط تم فيها تعيين أحد النظار مقابل رشوة.

ففي مثل هذه الحالات لابد للصحفي اثناء تغطيته للحملة أن يتخذ الاحتياطات الكافية لعدم الإساءة إلى الأبرياء.

الفصل الخامس

الاخراج الصحفي

الفصل الخامس
الاخراج الصحفي

هو خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون والمؤثرة فيه والمعبرة عنه.

ويتضمن مجموعة عمليات فنية تبدأ بعد الانتهاء من عمليات التحرير الصحفي (من جمع للمادة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها واستكمالها ثم صياغتها غي القالب او الشكل التحريري المناسب)، وكذلك بعد عمليات تحرير الاعلان وتجهيزه (من جلب للإعلانات المختلفة من المصادر المتعددة، وتحديد مساحات والاشكال الاعلانية التي ستظهر فيها، وتحريرها وتصميمها، أي تجهيز النصوص الاعلانية).

وهو ايضا احد الفنون التطبيقية الحديثة ذات الارتباط الوثيق بالتعبير الصحفي والاتصال الجماهيري وتقيم الاخبار وبيان اهميتها النسبية فالإخراج فن عملي بالدرجة الاولى وليس فنا جماليا مجردا كالتصور والنحت والموسيقى وان كان هذا القول ينفي بطبيعة الحال القيم الجمالية المنشودة في تصميم المطبوعات جرائد ومجلات وكتب ومكتبات، فهو ليس زينة انما تعبير واتصال.

موضوعه: يتناول الصحيفة من حيث هي جسم ماجي وأي مطبوع من الورق يتضمن عناصر طباعية من الحروف والعناوين والصور والرسوم والجداول وغيرها، وقد زرعت هذه العناصر هلى صفحات الصحفية توزيعا معينا، ومعنى ذلك ان موضوع الاخراج الصحفي شقين:

الشق الاول: يتصل بتلك العناصر الطباعية من حيث انتاجها وتطويرها وتحسينها والطرق المختلفة لاستخدامها وهذا الشق هو الذي نطلق عليه كلمة (التيبوغرافيا typography) ومعناها حرف الطباعة أو حروف الطباعة وكل ما يتصل بحروف الطباعة وانتاجها وتطورها واستخدامها والعناصر الاخرى المساعدة مع حروف الطباعة.

والشق الثاني: يتصل بتحريك هذه العناصر وتوزيعها على صفحات الصحيفة لكي تحقق في مجموعها (شكلا) عاما وراء فكرة معينة.

واختصاصه: عرض المضمون الصحفي في شكل مقبول يعطي الاهمية النسبية لكل موضوع أو خبر، فقد أصبح من المعروف الان أن الصحيفة لا تكتفي بمجرد النشر في حياد تام لان للصحيفة رأيها وسياستها وموقفها من الاخبار والأفكار، ومن الثابت ان الصحيفة لن يكون لها وجود ما لم تعبر عن اتجاهاتها نحو الاخبار وهنا يلعب فن الاخراج الصحفي دورا رئيسيا في عرض هذه الافكار على مساحات معينة، في صفحات متعددة، وتحت عناوين مقدرة مقررة على عدد مناسب من الاعمدة، فالإخراج الصحفي هو تعبير بصري عن تقييم الاخبار ودلالاتها من وجهة نظر الصحيفة.

ولا شك ان الاخفاق تقدير العلاقة المشتركة بين الشكل والمضمون والتفاعل بينهما يسئ الى فن الاخراج الصحفي، ويصيب الصحافة اصابة خطيرة في الصميم اذا ان الاخراج الصحفي رغم انه يختص بالشكل الا انه يرتبط ارتباطا وثيقا بالمضمون فهو لا يكتفي فقط بعرضه، بلا يعرضه بطريقة – متعمدة – تعطيه وزنا وقيمة نسبية عن غيره، وتعلن عن موقف أو رأي.

ويؤثر على الاخراج الصحفي ويحدد مخرجاته النهائية كعملية فنية وصحفية مجموعة عوامل اهمها: ما تتسم به الصحيفة (جريدة أو مجلة) كوسيلة اتصال مطبوعة من مزايا وما تتضمنه من نقائص، وكذلك الاسلوب التكنولوجي الاتصالي للصحيفة (بمعنى نمط الانتاج) جمع، توضيب (مونتاج)، تجهيز، طباعة، في ظل منافسة الوسائل الاتصالية الاخرى المطبوعة (الجرائد – المجلات – النشرات – الكتب – الكتيبات) والوسائل المسموعة والمرئية (الراديو – التلفزيون – صناعة التسجيلات من اسطونات - اشرطة كاسيت – اشرطة فيديو كاسيت – اسطوانات الفيديو – أجهزة التسجيل المسموعة، المرئية)، وكذلك المستحدثات الجديدة الالكترونية المتمثلة في النصوص المتلفزة الفيديو تكيت والتليتكيت، والتناسب مع اهتمامات وميولواتجاهات القراء الاتصالية والعادات القرائية والبصرية التي تكتشف عنها وسائل تقييم الاداء الصحفي: من لقاءات مباشرة، ورسائل قراء، الى بحوث القرائية readership research وبحوث وضوح القراءة legibility research وبحوث يسر القراءة readability research حتى بحوث الارجونومية التبوغرافية ergonomics.

ويتضمن الاخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية ذات طابع مميز ووظيفة خاصة جانبين اساسين متلازمين ومتعاقبين.

الجانب الاول: استراتيجي وطويل المدى ويتضمن عملية وضع التصميم الاساس basic design او الشكل الاساسي basic format او المظهر العام للصحيفة مترجما في مجموعة من الملامح الاساسية، التي تعطى هوية مميزة للصحيفة ككل ولكل صفحة من صفحاتها، عن باقي الصحف المنافسة، وهذه الملامح تتسم بالثبات النسبي ولا تتغير الا عبر الفترات الزمنية الطويلة.

الجانب الثاني: مرحلي وقصير المدى: يومي او اسبوعي حسب دورية الاصدار وهو التوضيب layout أي توزيع المواد الصحفية (الاخبار والموضوعات) التحريرية وكذلك المواد الاعلانية بشكل يحدد موقع كل مادة تحريرية او اعلانية وحجمها، واسلوب عرضها ووسائل الابراز المرسومة او المصورة المصاحبة لها بشكل يحقق عدة معايير وقيم صحفية ونفسية وجمالية.

والبديل لما سبق هو مجرد جمع المواد الصحفية او تعبئتها داخل الصفحات، ثم طباعتها، بدون أي معايير او قيم او اسس صحفية او نفسية او جمالية، وهذا اقرب شئ إلى جمع مواد البناء لاقامة عمارة تشييدها، فالمشكلة الرئيسية ليست توفير مواد البناء وانما هندسة العمارة وفقا لأصول الفن وقواعده.

والمشكلة التي تواجه المخرج الصحفي – ومعه المحرر المسئول – يوميا اوسبوعيا حسب دورية الاصدار، هي كيفية السيطرة على الحيز المتاح والتحكم صحفيا وفنيا كما يحدث في فن العمارة تماما، اذا ان العمل الصحفي يوفر لنا عدداً من الرسائل الاعلامية التي يريد ان يعرضها على الجمهور بسرعة وسهولة واقتصاد وباسلوب ثابت ومستقر يألفه القارئ وذلك رغم اختلاف دلالات الرسائل وتنوعها تنوعا شديدا.

والاخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية، وكنوع من الفن التطبيقي، مثل أي عمل ابداعي - فيه قدر من الصنعة – تتحكم فيه وتوجهه وتؤثر عليه رؤية او مفهوم (vision)، ثم تترجم هذه الرؤية او تنفذ في شكل مادي من خلال أداة فنية (organ، tool) مثل عملية ابداعية.

والرؤية أو المفهوم الذي يحرك عملية الاخراج الصحفي، بالتالي يحدد الشكل المناسب للصفحة كمكون اساسي اما ان تكون رؤية حدسية تعتمد على الالمام الشخصي او الحدس او التخمين او الخبرة الناتجة من التجارب الشخصية المتراكمة والمعتمدة على التجربة والخطأ او تكون رؤية عملية منهجية تعتمد على تطبيقات بحوث الاتصال الجماهيري في المجال الصحفي خاصة مناهج القارئية readership research وبحوث الاخراج والتيبوغرافية typography research make up التي تتضمن داخلها اكثر من نوعية اهمها هنا ما يلي: بحوث وضوح القراءة legibility، بحوث يسر القراءة readability (التي يسميها البعض الانقرائية التيبوغرافية)، وبحوث الارجونومية التيبوغرافية ergonomic typography، وقد يطلق عليها جميعا البحوث الجرافيكية graphic research التي تتناول الجانب البصري من الصحيفة، وتستفيد من المداخل البحثية الخاصة ببحوث الدوافع وسيكولوجية القراءة، وفيسيولوجية القراءة الرؤية، علم البصريات، وعلم النفس والعلوم السلوكية.

اما الاداة او الوسيلة التي يتم من خلالها تجسيد الرؤية الاخراجية السابقة او التصور او المفهوم الفني العام لشكل الصحيفة فهي العناصر التيبوغرافية (الطباعية) typographic elements التي هي عناصر او مفردات لغة الاخراج او الشكل في الصحيفة وتضم مجموعتين متميزتين.

المجموعة الاولى: مجموعة الادوات العناصر التيبوغرافية الثابتة موقعا وتصميما وتوظيفا من عدد لآخر بعضها يختص بالصفحة الاولى كرأس الصفحة ويضم (الترويسة – الاذنين – الاشارات – الفهارس – عنوان العمود او المقال او الباب الاخباري الثابت)، وما يختص بالصفحات (كعناوين الابواب – الأركان – الصفحات – الملاحق – الرسوم التعبيرية المصاحبة التي قد تكون ترويسة ثابتة).

والمجموعة الثانية من العناصر التيبوغرافية، هي تلك الادوات او العناصر التيبوغرافية المتغيرة موقعا وتصميما وتوظيفا حسب طبيعة كل مادة صحفية تحريرية او اعلانية مثل: حروف المتن، حروف العناوين، او خطوط العناوين (اذا كانت خطبة غير مجموعة)، الجداول، الفواصل، الاطارات، النقشات (الحلى)، المواد المصورة والمرسومة (الصور الفوتوغرافية، الرسوم اليدوية بأنواعها التعبيرية والتوضيحية

والساخرة) اللون، الارضيات، البياض (الفراغ) وأخيرا اسم المحرر أو الكاتب، أو الوسام، أو المصور، تلك هي الادوات التي يستخدمها من يتولى عملية الاخراج الصحفي تخطيطا ثم تصميما ثم توضيبا.. كما سيتم شرحه بالتفصيل فيما بعد.

ويقوم بعملية الاخراج الصحفي (تصميم الصحيفة وتوضيبها) تحت اشراف رئيس التحرير وكبار معاونيه قسم متخصص او جهاز (وأحيانا محرر واحد حسب حجم الصحيفة وإمكاناتها وقدراتها الاقتصادية او عدد صفحاتها) هو قسم الاخراج الصحفي او قسم سكرتارية التحرر الفنية او قسم التوضيب واحيانا يطلق عليه القسم الفني، ويتولى مسئولية هذا القسم محرر مسئول قد يطلق عليه محرر الاخراج make up editor، او محرر التوضيب layout editor، او الجرافيكي graphic editor، او المصمم designer، او المدبر الفني art director، وقد يكون هناك الى جانب القسم مشرف او مستشار فني للصحيفة (خاصة في المجلات)، وقد انتقلت هذه الظاهرة الى الجرائد بعد ان اتجهت الى المجمع التصويري وطباعة الاوفست الملونة، وقد يكون جانب الاخراج الصحفى مسئولية نائب رئيس التحرير او مدبر التحرير او احد كبار معاونيه.

وينفذ عمليه الاخراج الصحفي (تصميما وتوضيبا) مجموعة من المحررين، يصنفون في بعض الصحف الى فئتين: الاولى فئة المصممين designers ويجري معظم عملهم داخل صالات التوضيب (المونتاج) وأحيانا يلغى هذا الفصل وتولى محرر الاخراج كل المهام داخل صالة التحرير وصالة التوضيب (المونتاج).

وتجري عملية الاخراج الصحفي (تصميم الصحيفة وتوضيبها وفقا لإستراتيجية جرافيكية (بصرية) graphic strategy، او رؤية الخارجية تيبوغرافية (طباعية) عامة تكون جزءا من سياسة التحرير العامة للصحيفة، تترجم الى سياسات اخراجية مرحلية، ويستعان تنفيذ عملية الاخراج الصحفي بدليل طباعي graphic manual يحدد امكانيات الصحيفة او المؤسسة التيبوغرافية (الطباعية)، واساليب توظيف عناصرها الانتاجية وسمات كل منها.. (كالجمع بالنسبة لحروف العناوين والمتن، واساليب انتاج المواد المصورة والمرسومة، واساليب (أو أسلوب) الطباعة.

وقد تتم عملية الاخراج الصحفي (تصميم الصحيفة وتوضيحها) بشقيها على نموذج، بحجم الكامل (أو مصغر بنسبة معينة ٢٥٪ مثلا) يسمى ماكيت dummy sheet، ثم

ينفذ في قسم التوضيب (المونتاج) حسب اسلوب الانتاج، وفي نظم الجمع التصويري المتطورة التي تستعين بالحاسبات الالكترونية في عمليات الجمع والتوضيب والتنفيذ، قد ينفذ الماكيت كله، وقد يصمم اساسا، على شاشة تلفزيونية ملحقة بجهاز الجمع التصويري، تسمى نهاية العرض الضوئي، او النهاية الطرفية او المطرف video terminal display . (وقد يطلق عليه المنفذ).

وفي هذه النظم المتطورة قد يجمع المحرر بنفسه موضوعه، ويستكمله من قسم المعلومات (داخل الصحيفة) او بنك المعلومات (خارجها)، ثم يصححه، وصممه ويوضبه مستعينا بالحاسبات الالكترونية فيما يسمى بعمليه توضيب الصفحات على الشاشة بالاستعانة بالحاسبات الالكترونية computerized make full pagination system up او مرحلة الالية الشاملة في انتاج الصحيفة، التي وصلت الى حد تغذية الحاسب الالكتروني بتصميمات جاهزة لصفحات تتوافق مع عدد ونوعية المادة الصحفية مسعينة بالـ computer graphics كما حدث داخل معهد ماسا شويستس للتكنولوجيا MIT بالولايات المتحدة الامريكية.

ومازال هناك خلاف بين الممارسين والاكاديمين – خاصة في الخارج – على تسمية الاخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية:

فالبعض يسمي الاخراج الصحفي تصميم الصحفية design.

والبعض يسميه توضيب الصحيفة layout.

والبعض يسميه تقسيم الصحيفة mise en puge.

والبعض يسميه تركيب الصحيفة (تكوينها) composition.

والبعض يسميه تخطيط الصحيفة واخراجها planning & make up.

والبعض يسميه رسم الصفحات المختلفة.

والاخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية، ومازال الكثير من الممارسين والاكاديمين يصرون على انه فن لانه يعطي الفرصة للمخرج لكي يوظف بشكل متميز كل الادوات التيبوغرافية في شكل جمالي وفني وجذاب يشد قارئ الصحيفة مستندين الى وجود نظريات ثابتة تحكم بعض جوانبه مثل: حركة العين، وفسيولوجية القراءة، وسيكولوجية اللون، وبعض القواعد الخاصة بتوظيف العناصر التيبوغرافية.

وعلى الرغم من الخلاف حول طبيعة الاخراج الصحفي: هل هو فن؟ ام علم؟ الا ان هناك شبه اتفاق شبه اتفاق على ان الاخراج الصحفي له عدة اغراض بعضها وظيفي الاخر جمالي وهي:

١- جذب انتباه القارئ لقراءة الصحفية، او لاختيار صحيفة معينة عن الاخريات.. وهنا ينبغي التأكيد على ان جذب القارئ للصحيفة سهل جدا اما الاحتفاظ به فهو امر في غاية الصعوبة.. انها اذن وظيفة جذب القارئ للصحيفة.

٢- اثارة اهتمام القارئ بعد جذبه لقراء الصحيفة، لكي يقرأ موضوعاتها، وذلك يتم بتسهيل وتيسير عمليه القراءة وجعلها سهلة ما امكن والا انصرف عنها القارئ.. انها اذن وظيفة تيسير وتسهيل قراءة الصحيفة.

٣- استشارة رغبة القارئ في قراءة موضوع او خبر معين من خلال ابرازه واعطائه اهميه نسبية عن غيره، هذا في اطار تصنيف موضوعات واخبار الصحفية وتوزيعها حسب اهميتها، وحيث يستطيع القارئ من نظرة واحدة معرفة اهم الموضوعات او الاخبار داخل الصفحة، فالمكان الذي يشغله الموضوع ومساحته، وحجم البنط المجموع به وحجم العنوان المستخدم، ومصاحبة الصورة واللون له، كلها او بعضها امور تبين للقارئ الاهمية النسبية للاخبار او الموضوعات على الصفحة.. انها اذن وظيفة الابراز النسيب للموضوعات وأخبار الصحيفة.

٤- تحقيق التنويع والمظهر الجمالي الفني الجذاب للجريدة، وتخليصها من عنصر الرتابة والملل من خلال مراعاة القيم الفنية والجمالية في عملية توزيع محتويات كل صفحة.. انها اذن وظيفة تحقيق الجانب الجمالي الجذاب في الصفيحة.

٥- اعطاه هوية مميزة للصحيفة عن غيرها من باقي الصحف المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومميزة، لاتبدو شاذة او خارجة عن المألوف.. انها اذن وظيفة اعطاء الشخصية المميزة.

المحددات الرئيسية لإخراج الجريدة:

يحدد الاخراج الصحفي كعملية صحفية وفنية وكخطوة من خطوات اصدار لجريدة، ويؤثر عليه سلبا او ايجابيا مجموعة من المحددات او المؤثرات او العوامل التي

تتعلق بنواحي العمل الصحفي المختلفة وبيئته الداخلية وكذلك بيئته الخارجية سواء كانت عامة او اعلامية، ويمكن اجمال هذه المحددات في النقاط التالية:

أولا: السياسية التحريرية للجريدة: وهي مجموعة الخطوات العريضة والمبادئ العامة – غير المكتوبة عادة – والتي تحدد وتحكم: ماذا تنشر الجريدة من مضامين ونوعية موضوعات؟ وما هي اتجاهات هذا المضمون؟ واساليب معالجته او عرضه او ابرازه؟ وتطبيقات تلك السياسة التحريرية في المجال الاخراجي، وهي مؤثرة ومرتبطة بالشكل ارتباطا كبيرا: فجريدة شعبية جماهيرية تستعمل مثلا: عناوين صارخة ملونة، ومانشيتات تمتد بعرض الصفحة الاولى، وبياض وفير وصور فوتوغرافية ضخمة مبرزة بشكل درامي، وهي في العادة لا تتبع أي قواعد او مذاهب اخراجية، بل اخراج اقرب الى ما يسمى بالاخراج المختلط او اخراج السيرك circus make up بينما الجريدة الوقورة جريدة الصفوة تميل الى البناء الرأسي والعناوين الممتدة على عامود او اثنين فقط وقليل من الصور والرسوم واحدث شخصية الصحيفة وعلاقتها بسياسة التحرير واسلوب الاخراج وسمات القارئ.

فالصحف المحافظة تتسم بما يلي:

- استخدام المانشيتات الهادئة وعدم تلوين المانشيت الا في الحالات النادرة.
- التحفظ في استخدام الصور وخاصة الصور وخاصة في الصفحة الاولى.
- استخدام المانشيتات العريضة والضخمة.
- استخدام المانشيتات الملونة الحمراء.
- التوسع في استخدام الصور سواء في الصفحة الاولى او في الصفحات الداخلية واختيار الصور المثيرة والجذابة والملفتة للنظر.
- استخدام اللون في بعض صفحات الجرائد الشعبية، رغم الصعوبات التي يمكن ان تواجهها الجريدة اليومية في استخدامها للألوان.
- الميل الى الصدور في الحجم النصي (التابلويد) لما يتيحه هذا الحجم (القريب من حجم المجلات) من امكانيات في استخدام المانشيتات العريضة والصور الكبيرة الحجم والعناوين الصارخة.

اما الصحف المعتدلة: فأهم المحددات الخاصة باسلوب الاخراج الفني لها فهي:

استخدام المانشيتات الهادئة بالنسبة للمواد الصحفية الجادة وفي نفس الوقت استخدام المانشيتات الصارخة بالنسبة للمواد الصحفية الخفيفة. والتحفظ في استخدام الصور الخاصة بالمواد الصحفية الجادة، والتوسع في استخدام الصور الخاصة بالمواد الصحفية الخفيفة وخاصة في مجالات الفن والرياضة والحوادث.

وجود بعض الصحف المعتدلة التي تفضل الحجم النصي (التابلويد) مثل الدايلي ميل daily mailالبريطانية، بينما بفضل البعض الاخر من الصحف المعتدلة الحجم الكبير (الاستاندارد) مثل صحيفة الجارديان البريطانية.

فسياسة الصحيفة تلعب دورا رئيسيا في تقويم المادة الصحيفة وعرضها، واسلوب واخراجها فإذا كانت الصحيفة مثلا موجهة الى الشباب والطلاب فإنها تبرز أخبار الرياضة والشباب والحركات الأدبية والفنية الجديدة اكثرمما تهتم بالموضوعات الاقتصادية الجافة مثلا، وبالتالي يكون من سياسة الجريدة ابراز بعض المواد الصحفية دون الاخرى، ويكون لسياسة الجريدة الاثر المباشر في اسلوب الاخراج فتلك الصحف التي تبرز اخبار الشباب والرياضة وتهتم بزيادة التوزيع بين الطبقات نصف المثقفة او دون الجامعية فاننا نراها تعتمد أكثر على العناوين العريضه والالوان والصور. الكبيرة أكثرمن الصور الاخرى التي تواجه الى الطبقه المثقفه والاكثر نضوجاً التى ترى اسلوبها في الاخراج أكثر وقاراً وأقل اعتماد على العناوين ولالوان والصور الكبيره.

ثانياً: شخصية رئيس التحرير: فرئيس التحرير Chier Editorهو المسؤول الاول عن الجريده مضموناً وشكلاً، تخطيطياً وتنفيذاً، وهو المحرك والقائد والموجه،وكلما كانت شخصيته خلاقه مبدعه آثر ذلك على نوعية تحرير الجريدة وكذالك اخراجها فخبرات رئيس التحرير السابقه ومؤهلاته وخلفياته السياسيه والثقافيه والاجتماعيه وميوله واهتماماته تؤثر في اختياراته الاخراجيه والتحريريه.

ثالثا: قدرات الجهازالتحريري للجريدة بصفه عامة والجهاز الاخراجي بخاصة:

فأذا كان الجهاز التحريري والاخراجي للجريدة مؤهلا مدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفيه العمل الصحفي ،سيظهر ذلك في اسلوب اخراج الصحيفه،أما اذا كان مجهودات القدرات أو ضعيفا فلن يستطيع تنفيذ اي سياسه تحريريه أو اخراجيه

بشكل جيد وسيظهر ذلك على صفحات الجريدة في اسلوب تحريريها واخراجها او قد يكون الضعف المحدوديه في الجهاز الاخراجي فقط مما يؤثر بالسلب على المنتج نهائي لعمل الجهاز التحريري والاخراجي وهو شكل ومضمون الجريدة فالاخرج السيئ يفسد التحرير اجيد ،والاخراج الجيد يرفع بمستوى التحرير الجيد درجات.

رابعاً: النمط التكنو لوجي لإنتاج الجريدة:. والمقصود به مجموعة اساليب الفنية التي تمتلكها الجريدة او تساجرها او تستفيد منها نظير تكلفه محدده والتي من خلالها يتم انتاج الجريدة:كأسلوب صف الحروف (الجمع)هل هو: جمع يدوي ،ام ألي؟ هل هو ألي ساخن(رصاص)، أم هو يستخدم شريط المثقب؟أم يستخدم التصويري (البارد)؟ وما هو نوع الطباعة؟هل هي طباعة حروف (بارزة)،أم طباعة ملساء (أوفست)؟أم طباعة غائره(روتوغرافور)؟هل تستخدمالجريدة النهائيات العرض الضوئي Video Aisplay Twrminals(النهائيات الطرفيه) توضسي الصفحات إلى جانب الجمع والتصحيح؟واهمية ذلك كان اسلوب الجمع وكذلك نوع الكياعة يؤثران تاثيراً شديداً ويحددان حركه المخرج الصحفي بما يتيحانه من امكانات وأدوات تساهم في تنفيذ الجريدة بشكل معين.

القدرات التكنولوجية الاتصالية للجريدة:

والمقصود لبها توافر نظام تكنولوجي كفء لإصدار الصحيفه، فالمعروف انه لكى تصدر صحيفه لابد من تضافر عدة تقنيات وانظمه لجمع ومعالجة وانتاج ونشر وتبادل المعلومات وتكون ما تسمى بنظام تكنولوجيا الاتصال الصحفي وهي:

أولا: تقنيات الحصول على المعلومات الصحفيه وتوصيلها إلى مقر الجريدة: (التليفون-التيليكس-الفاكسميل-التيكر-أجهزة نقل الصور بالراديو مثلا).

ثانياً: تقنيات وانظمة تخزين المعلومات واستخدامها: (المكتبة -مركز المعلومات-بنك المعلومات-المصغرات الفيلميه-الحاسبات الالكترونيه)

ثالثاً: تقنيات وأنظمة المعالجه والانتاج:(اجمع -المونتاج -التجهيز -الطباعة).

رابعاً: تقنيات وأنظمة النشر والتبادل: (أجهزة الفاكسميل-شبكات الميكروويف-الاقمار الصناعيه)يرتبط ما سبق كله نظام اتصالي كفء وفعال على المستوى القومي.وتوافر هذه القدرات التكنولوجية الاتصاليه للجريده يتيح لها إمكانية

الحصول علـى المـادة الصـحفيه وتجهيزهـا ومعالجتهـا وتخزينهـا واسـترجاعها وانتاجهـا ونشـرها وتبادلهـا ،وعـدم توافرهـا بعـد مغوقـا مهمـا ـ في عمليـه انتـاج الصحيفه ويؤثر على عمليه الاخراج الصحفي.

خامساً: القدرات الاقتصاديه للجريدة: فإصدارا لجريدة الان هو مشروع فكري ثقافي اجتماعي تكنولوجي له بعد الاقتصادي الضخم ,ولم يعد مفامره فرديه بسيطه...أو نزوة قابله للنجاح او الفشل بل اصبح مشروعاً استثمارياً ضخماً يحتاج إلى ملاين الجنيهات لتوفير كل ماسبق:

من أجور لمحررين أكفاء ،وتكلفة تاسيس أو استغلال نظام تكنولوجي اتصالي متكامل لإصدار الصحيفه ،ثم تكاليف توفير المواد الخام أو المداخلات الغلميه الطباعيه الثابته والمتغيرة ،وتوفير معدات مناسبه وعلى كفء أتيح للمحرر والمخرج الصحفي تنفيذ الجريده بشكل الجيد وفي الوقت المناسب لسوق الصحيفة.

سادساً: طبعيه المادة الصحفيه أو المضمون المنشور: الصفحه الاولي غير إخراج الصفحات الداخليه ،والصفحات الاخباريه غير صفحاتا الاحاديث ،وإخراج التحقيق الصحفي يختلف عن إخراج التقرير الماجريات ،وإخراج الصفحات الاخباريه عادة ما يتم علي طريقه الصفحة الاولى ،وعادة هذو الصفحات غير ثابته الابواب، ومتحركه الاخبار حسب أهميتها، وتركز على الصور التي بها (حدث اخباري)،وعلى المخرج الصحفي عليه ان يختار الخبر الاهم فالمهم عند ترتيب أخباره ،ولكن صفحة الرياضه دائما تعتمد على الصور والتغليق بجانب الخبر، وإخرج التقارير والمجاريات: لابد أن يعتمد على تقسيم الموضوع إلى فقرات تفصلها العناوين الفرعيه الصغيره واخراج العناوين لابد ان تكون سياسيه ،وإ خراج بعض الموضوعات الجافة بطبيعتها التي تحتوي على مادة مكتوبه فقط تحتاج الى معالجه خاصه كموضوع الميزانية مثلا الذي ينشر عادة بدون صورة وكله ارقام، بدأت بعض الصحف تنشره مع رسوم بيانية أو رسوم تعبيرية كأن نرسم شكل النقود والجنيهات الخ.... وفي مثل هذه الصفحات عادة ما يكثر المخرج الصحفي من الجداول والبراويز والنقشات المختلفة. اما صفحة المرأة فهي

تعتمد بالقدر الاكبر على صورة سواء كان الموضوع عن الديكور او عن الازياء، وتعتمد أيضا على العنوان الكبير.

المهم أن الاخراج يختلف من صفحة التحقيقات والأحاديث الى صفحة الدين ، الى الصفحة المصورة، الى الحادثة الى القصة المسلسلة الى الرحلات وبعض هذه الصفحات في حاجة الى أداء تعبيري مباشر مثل صفحة الدين، فكل شئ بها واضح ومباشر.

سابعاً: طبيعة الجرائد المنافسة وأساليب الاخراج المبتعة فيها: فالجرائد الاخرى لها اساليبها الاخراجية المتميزة سواء الجيدة او غير الجيدة، التي اعتادها القارئ واقتنع بها، او رفضها ويعلنها كل يوم - وينتظر فرصة ان يجد جريدة اخرى اكثر مناسبة لتذوقه البصرى واهتمامه التحريري، أو طالب بتعديل بعضها من خلال الرسائل والاساليب التي تتبعها الجريدة في تقويم افرادها.. المهم – ان السمات العامة لاخراج الصحف المنافسة لابد وان تترك بصماتها سلبا او ايجابا على اخراج أي جريدة، على الذاكرة البصرية للقارئ وعلى ادراكه البصري التيبوغرافي visual typographic perception بشكل قد يفسدها احيانا ويجعلها ترفض جرائد اخرى ذات اخراج صحفي اكثر جودة بالمقاييس الفنية والصحفية.

ثامناً: النظام الاتصالي الجماهيري الذي تصدر فيه الجريدة: والنظام الاتصالي communication systems هو كل مركب المكونات التالية:

قائمون بالاتصال communicators في الوسائل الاتصالية المختلفة.

مضامين اتصالية contents تبث عبر الوسائل الاتصالية المختلفة.

وسائل اتصالية media رسمية وشعبية وحزبية ورأسمالية مستقلة.

جمهور مستهدف target audience.

سياسات اتصالية تضعها الاجهزة المختلفة الاعلامية وغير الاعلامية، الرسمية والشعبية الحزبية والمستقلة، تحدد الاهداف والأولويات. رجع صدى مستمر من خلال وسائل عديدة في مقدمتها البحوث العلمية.. وهذه المكونات تلقي بظلهاعلى الاداء العام للنظام الاتصالي ككل وعلى الوسائل الاتصالية – كنتيجة منطقية - ومن بينها الجرائد، في نواحي المضمون والتحرير والإخراج والإنتاج النهائي لها.

تاسعاً: تصور القائمين على ادارة الجريدة للشكل الامثل لها من الناحية الاخراجية:

فاخراج الجريدة في مجمله هو عملية تطبيق لمجموعة من المفاهيم او التصورات حول الاسلوب او الشكل الامثل لها من الناحية الاخراجية، يؤمن بها القائمون على الجريدة بصفة عامة والجهاز الاخراجي بخاصة، وهذه المفاهيم او التصورات حول الاسلوب الامثل لاخراج الجريدة تدعى انه الشكل الامثل الذي يتفق مع الجريدة كوسيلة اتصال لها سمات معينة، ومع عادات القارئ واهتماماته وحركة العين وعملية الراءة كعملية فسيولوجية، وتقوم هذه التصورات وترتكز على مدخلين أساسين:

المدخل الاول: حدسي تخميني:

يعتمد على الخبرة والتجارب الشخصية المتراكمة، او تجارب الاخرين المستمدة من التجربة والخطأ، والمقارنات، والتقليد احيانا لشئ ناجح، بدون البحث عن تفسير لنجاحه أي انها ليست محددة بمعايير معينة أو مقاييس، او مرتبطة بمنهج علمي محدد، وهو مدخل نسبي ومعياري وتختلف فيه الاحكام والمعايير مكن جريدة الى خرى، ومن شخص لاخر في داخل الجريدة الواحدة.

والمدخل الثاني: علمي تجريبي

يعتمد على نتائج وبحوث العلمية في مجلات الصحافة العامة، وفيما يتعلق ويؤثر يرتبط بعملية الاخراج الصحفي بصفة خاصة، وهذا المدخل حديث العهد، وعدد محدود من الصحف هي التي تعتمد عليه، ويوظف هذا المدخل العديد من الانماط لبحثية من أهمها:

١-نمط بحوث القارئية audience research او readership research وقد يطلق عليها بحوث القارئية او بحوث القراء surveys او بحوث الجمهور وهي نوع من البحوث يركز على دراسة قراء الجريدة باعتبراهم الهدف النهائي لعملية الاصدار والمعيار المهم في عملية تقييمها، ويندرج تحت هذا النمط خمسة انماط فرعية هي:

١-نمط دراسة سمات القارئ reader profile.

٢-نمط دراسة اختيار القارئ لموضوع او مضمون معين item selection.

٣-نمط دراسة الراء وغير القراء reader – non reader.

٤-نمط دراسة استخدامات القارئ وقناعاته reader's uses and gratifications.

٥- نمط دراسة مقارنة للمحرر – القارئ editor – reader comparison.

التخطيط الاستراتيجي لإصدار الجريدة:

والمقصود به التخطيط طويل المدى أو مجموعة الخطوات أو الاجراءات أو الجوانب التي يتم اتخاذها وحسمها قبل إصدار الجريدة، وفي الوقت نفسه تحكم عمل الجريدة في جوانبه المختلفه بعد الاصدار، وتعد دليل العما الخاص، والرؤيه الاستراتجيه التي يسير عليها، ويشترك في وضع هذا التخطيط الاسترتيجي الناشر ورئيس التحرير وكبار معاونيه وقد تبنى القرارات والخطة النهائيه على اساس الخبرة الشخصية والتجارب السابقه، وقد يستعان احياناً بقسم البحوث في المؤسسه أو بمستشار، أو خبير، أو هذا التحطيط الاستراتيجي لاصدار الصحيفه بمراحل ثلاث رئيسية:

١- الدراسة التفصليه لجدوى اصدار الجريدة بهدف التحديد الدقيق التفصيلي لجدوى مشروع اصدار الجريده من الناحيه التسوقيه والفنيه والاقتصاديه والمقارنة بين البدئل المختلفه التي يمكن انا ينفذ بها المشروع، وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريريه أي في اسلوب تحرير المجلة. ، أو شكلية (مظهرية) في اسلوب الاخراج أو القطع، أو بدئل تكنولوجية في طريقة الانتاج، أو في موقع الانتاج، ؟أو في نوعية المواد(الورق – الحبر - الافلام) أو في مصادر الحصول عليها، وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع: تحديد مواصفات الجريدة المراد اصدارها، جمع معلومات عن السوق من حيث الطلب الحالي على الصحف الصحف المنافسة، الاسعار الحالية، الاعلانات المتوقعة، اتجاهات الجمهور، جمع المعلومات عن النواحي الفنية، متطلبات العملية الانتاجية، الانشاء، الجوانب المالية والاقتصادية، اعادة تقويم التكاليف في ضوء اسعار المواد الخام والمنتجات والاجور الحالية...

و بعد الوصول الى أن هذا المشروع مجد من الناحية الاقتصادية تبدأ المرحلة التالية:

٢- اتخاذ مجموعة من القرارات الاساسية التي تتعلق بالجوانب المختلفة لاصدار الجريدة:

وتشمل هذه القرارا كل جوانب العمل الصحفي وتتضمن:

قرارات على المستوى التحريري:

وهي القرارات التي تتعلق بالسياسة التحريرية العامة للجريدة ومحدداتها المختلفة، تلك السياسة التي تعد بمثابة الدستور أو المرشد الذي يوجه عمل محرري الجريدة في النواحي:

والسياسة التحريرية الاساسية للصحيفة هي تلك الحدود والمبادئ التي من خلالها تقوم المجلة أو الجريدة (الصحيفة) باداء وظيفتها كوسيلة للاتصال بالجماهير، والتي محددة القضايا التي تعالجها؟ وأساليب معالجتها، والمحاذير؟ أو هي ببساطة الوجهة التي تختار الصحيفة اتباعها في جوانبها عن سؤالين مهمين: ماذا تنشر وكيف ستنشر ومن مواد صحفية؟ وماهو الاسلوب- التحريري والاخراجي الذي سيتبع ؟

والهدف هو أن يصل القارئ بعد فترة الى الاحساس بشخصية تحريرية ثابتة للجريدة، وهذه السياسة التحريرية تؤثر وتتأثر بالجوانب التالية: هدف الجريدة، اتجاهها السياسي أو العقائدي، سوق الجريدة، المستوى الاقتصادي للقراء وكذلك الثقافي والتعليمي والاجتماعي لهم، الجرائد المنافسة، السياسات التحريرية للجرائد المنافسة، الاوضاع الخاصة بحرية الصحافة، امكانيات الجريدة البشرية والاقتصادية والفنية والتكنولوجية.

قرارات على المستوى الاقتصادي:

وهي القرارات التي تتعلق بتدبير الحصول على الأموال (التمويل) اللازمة لاصدار الجريدة ومراقبة استخدامها بشكل أمثل فالجريدة مشروع فكري وصناعي وتجاري يحتاج الى اموال لاعطاء اجور المحررين والمصورين والفنيين، وشراء المواد الخام الأولية(الورق – الحبر... الخ)، وشراء المعدات والعربات، وايجار المباني أو شراء الأرض...الخ.

وتشمل تلك القرارات:

اختيار نمط الملكية وهناك عدة انماط تشمل:

- الملكية الفردية.
- ملكية المشاركة.
- ملكية الشركة.

- ملكية السلاسل أو ملكية الجماعة(الشركة القابضة) ومجلس المديرين.
- ملكية العاملين.
- الملكية الرأسية.
- الملكية المشتركة.

تحديد مصادر التمويل:

ويمكن أن يتم ذلك من خلال أربعة مصادر رئيسية:

- التوزيع أو عائد بيع نسخ الجريدة، وتشكل حوالي ٤٠٪ من مصادر الدخل المتوقع.
- ايرادات الاعلان المنشور داخل الجريدة ويشكل حوالي ٦٠٪.
- الدعم الحكومي (خاصة في الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث).

و يتم تدبير ذلك من خلال: رأس المال، القروض، التسهيلات الائتمانية، الاعانات الرسمية.

قرارات على المستوى الفني:

وهي القرارات التي ستحدد فيما بعد شكل الجريدة وتشمل داخلها الجوانب التالية (التصميم الاساسي – اختيار نوع الطباعة – اختيار نوع الجمع – نوع الورق – نوع الحبر)

وهي التي ستحدد كل المواصفات التالية للصحيفة:

١. قطع الجريدة (الابعاد الخارجية لها: الطول × العرض).
٢. عدد الصفحات لكل نسخة.
٣. عدد النسخ من كل طبعة.
٤. نوع الجمع (يدوي، اى، آلة كاتبة، تصوري).
٥. نوع الطابعة (بارزة، غائرة، ليثيوجرافية"أوفست").
٦. اتساع العمود داخل كل صفحة.
٧. عدد الاعمدة المقسم اليها كل صفحة.
٨. الالوان المستخدمة.
٩. الحروف وابناطها المختلفة(المتن، العناوين).

١٠. الورق: الوزن، النوع.
١١. التجارب (البروفات): عددها وأساليب الحصول عليها.
١٢. التجليد واساليبه (بالسلك، الخيط، التثقيب، التدبيس، اللصق) للملحق اذا كان على شكل مجلة.
١٣. الغلاف (بالنسبة للمجلة): اسلوب تصميمة ونوع الورق المستعمل في طباعتة.
١٤. اسلوب وكم استعمال المواد المصورة(الصور الفوتوغرافية والسوم الساخرة والتعبيرية والتوضيحية)ونسبته بالمقارنة بالمتن.
١٥. هل سيرقف بالجريدة: ملحق من نفس الحجم والقطع؟ ام حجم نصفي (تابلويد)ام من حجم المجلة؟

قرارات على المستوى البشري:-

و تتعلق هذه القرارات بتوفير العنصر البشري سيقوم باصدار الجريدة، وهو الاساس في العمل الصحفي بمجالاته المختلفة، ويمكن الحصول على العنصر البشري أو الافراد اللازمين للعمل في جريدة من عدة مصادر من بنها:

أ.العاملين في المنشآت الصحفية القائمة والمنافسة.

ب.مكاتب العمل أو دورات القوى العاملة.

ج.الاعلان في الجرائد اليومية، واختيار المناسبين للوظائف من بينهم.

د.الاتصال بكليات ومعاهد ومدارس واقسام وشعب الاتصال والاعلام والصحافةو الاستعانة بتخريجها.

هـ.استيراد ذوي الخبرات من خارج الدولة.

قرارات على المستوى التنظيمي:

والتنظيم هو عملية وضع نظام لعلاقات بين اشخاص منسق ادارياً من أجل تحقيق هدف مشترك، ويتوقف اتساع التنظيم وضيقة على حجم الجريدة وعدد محرريها وطبيعة اقسامها والناشر نفسه، ونوع الملكية وحجم القراء والاوضاع الاقتصادية.

ففي الجرائد الاسبوعية والجرائد اليومية الصغيرة، وكذلك الجرائد شديدة التخصص يوجد عادة قسمان: الاول يطلق عليه التحرير(المكاتب فيما يمضي) ويطلق على الثاني المطابع أو الاقسام الفنية(الورش)، ويتم تسليم الاخبار والموضوعات

والاعلانات في المكاتب أو التحرير حيث تحرر الاصول وتحوي كل الاعمال المتصلة بالجريدة، اما الاعمال الميكانيكية فمكانها الورشة حيث تجمع اصول الصحيفة وتطبع.

وفي بعض الجرائد الصغيرة، التي ليس لها مطبعة خاصة لا نجد الا قسماً للتحرير فقط تكون مسئولية الاخبار والموضوعات والاعلانات، اما الاعمال الميكانيكية فيعهد بها الى مطبعة خارجية يتم التعاقد معها.

واذا انتقلنا الى المؤسسات الصحفية والجرائد المتوسطة والكبيرة نجد انها تتكون في العادة من خمسة اقسام أو ادارات، يعمل فيها افراد تدربوا تدريباً خاصة عن طريق الدراسة المنظمة أو عن طريق الخبرة وهي:

أ.قسم التحرير: يضم صالة التحرير، قسم الاخبار، الديسك(المطبخ الصحفي)، حجرات الاقسام المختلفة، معمل التصوير، المكتبة والارشيف.

ب.القسم التجاري: ادارات الاعلان، التوزيع، المطابع التجارية.

ج. القسم الميكانيكي: اقسام الجمع، التوضيب، الصب، الشبك، الكبس، الحفر التصوير الاليكتروني، الطابعة.

د. القسم الاداري.

هـ. قسم الترويج والتنمية.

وقد تتكون الجريدة من ثلاثة اقسام رئيسية:

أ- قسم التحرير: ويضم رئيس التحرير ونوابه ومدير التحرير ورؤساء الاقسام والمحررين (سكرتارية التحرير الفنية أو قسم الاخراج يمثل أحد الاقسام الرئيسي).

ب - القسم الاداري: ويهيمن على كل جوانب العمل غير التحريري في الجريدة ويضم اقسام الاعلانات، التوزيع، المشتريات، المخازن، العلاقات العامة، شؤون العاملين، شؤون المبنى.

ج- القسم الفني ويضم اقسام: الجمع، التوضيب، تجهيز اللوحات، الحفر، التصوير المكانيكي، الطباعة.

قرارات على المستوى القانوني:

وهي قرارات تتعلق بالكيان القانوني الملائم لمشروع اصدار الجريدة أياً كان حجمها من خلال جانبين:

اختيار الشكل القانوني للمشروع (للجريدة):

والجريدة كمشروع صناعي وتجاري يمكن أن تصدر في شكل قانوني من بين الاشكال القانونية المختلفة للمشروع والتي يمكن الاختيار من بينها وهي:

أ- المشروع الفردي.

ب- شركات الاشخاص:

شركة تضامن.

شركة التوصية البسيطة.

شركة ذات مسئولية محددة.

شركة المحاصة.

ج- شركات الأموال:

الشركات المساهمة.

شركة التوصية بالاسهم.

د- مشروعات عامة:

وزارة أو مصلحة حكومية.

اجهزة السلطات المحلية.

المشروع المختلط(عام غير كامل)

المؤسسة العامة.

الشركة العامة.

هـ- الجمعيات التعاونية.

التخطيط (المرحلي) لاصدار عدد من الجريدة:

وهذا التخطيط قد يكون يومياً أو اسبوعياً أو نصف شهري حسب دورية الاصدار وعادة ما يتم على مستويين:

مستوى الاسام المختلفة في الجريدة(قسم الاخبار مثلاً، أو قسم التحقيقات أو القسم الفني أو الرياضي) حيث يتم تقويم العدد الصادر من حيث السبق أو الانفراد أو من حيث التخلف، من حيث عمق التغطية أو ضحالتها من حيث اسلوب المعالجة الصحفية، وبعد ذلك يبدأ التخطيط العام للعدد التالي وتوزيع مسئولية كل محرر في الموضوعات المختلفة التي قد تنفذ بشكل فردي أو بشكل جماعي.

ب. مستوى الادارة العليا: حيث يعقد رئيس التحرير وكبار معاونيه(نواب رئيس التحرير ومدير التحرير ورؤساء الاقسام وكبار الكتاب)اجتماعاً يتم فيه اقرار الخطة العامة للجريدة، وعمل تبويب مبدئي (توزيع المواد المقترحة على صفحات الصحيفة المختلفة)، وبعد ذلك الاجتماع تتضح الصورة والمسئولية الملقاة على عاتق كل فرد في جهاز التحرير بالجريدة.

تنفيذ الخطة أو التحرك الصحفي:

حيث يقوم المحررون والمصورون بجمع المادة الصحفية المكتوبة والمصورة من المصادر المختلفة وفي الأشكال المختلفة وصياغة هذه الإعلانات في الأشكال الإعلانية المختلفة.

عملية الكتابة الصحفية والتحرير:

وهي المرحلة التي يتم فيها كتابة كل المادة الصحفية التي قام المحررون بجمعها في أسلوب صحفي سهل وبسيط ومفهوم للقارئ العادي من خلال ما يسمى بالأشكال الصحفية المختلفة وهي تقع في سبع مجموعات من **الأشكال الصحفية:**

١. الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية وهي:

- الأخبار القصيرة السريعة.
- القصص الإخبارية.
- التقارير الإخبارية.
- القصة الإخبارية الشاملة.
- القصص الإخبارية الجانبية.

٢.الاشكال الصحفية التي تعرض المواد التفسيرية والاستقصائية.وهي:

٢.١الموضوع الصحفي.

٢.٢الحديث الصحفي.

٣.٢ التحقيق الصحفي.

٤.٢ التحقيق الصحفي المصور.

٣. الأشكال الصحفية التي تعرض المواد بالرأي وهي:

١.٣ المقال الافتتاحي.

٢.٣المقال التحليلي.

٣.٣ المقال الموقع العائد.

٤.٣المقال العمودي.

٥.٣مقال العرض.

٦.٣مقال النقد.

٧.٣ الكاريكتير.

٨.٣ رسائل القرأ.

٤. الأشكال الصحفية التي تعرض الخاصية بالخدمات.

٥. الأشكال الصحفية التي تعرض المواد خاصة المجمعة وهي:

١.٥ الملحق الثابت المتخصص.

٢.٥ القسم الثابت المتخصص.

٣.٥ الصفحة الثابتة المتخصصة.

٤.٥ الركن الثابت المتخصص.

٦.الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المصورة وهي:

١.٦ الصور الفوتوغرافية.

٢.٦ الرسوم اليدوية.الرسوم التوضيحية

١.٢.٦الرسوم التوضيحية.

٢.٢.٦الرسوم الساخرة – الكارتون (الكاريكاتير) – الرسوم الهزلية

٧/ الاشكال الصحفية التي تعرض المادة الخاصة بالتسلية مجموعة وهي:

٧ /١ الكلمات المتقاطعة.

٧ / ٢ أبواب الطالع.

٧ / ٣ المسابقات.

٧ / ٤ الألغاز.

٧ / ٥ الألعاب.

٧ / ٨ الألعاب.

٧ / ٩ القصص المسلية المرسومة.

عملية المراجعة وإعادة الصياغة:

وتتم هذه المرحلة عقب تقديم المحررين الأخبار المختلفة إلى الأقسام، وقد تتم بشكل مركزي فيما يسمى قسم المراجعة أو سكرتارية التحرير المركزية أو الديسك المركزي (المطبخ الصحفي)، للجريدة أو داخل كل قسم.

وفيما يقوم المحررون ذوي الخبرة بقراءة المادة الصحفية المكوبة ومراجعة الاسلوب المكتوبة به من حيث: مدى مطابقته لأساليب الكتابة الصحفية أو التحرير الصحفي: العناوين المقدمات، التفاصيل، الخاتمة، المعلومات، اللغة، الاستطرادات غير الكاملة والتفصيلات التي لا داعي لها.

وقد يتم اعادة صياغة الموضوع، والاضافة اليه: أو اختصاره، أولا يتم نشره لضعف مضمونه واسلوب صياغته، وبعد ذلك تصبح المادة الصحفية جاهزة للنشر.

عملية تحرير الإعلانات وإخراجها:

ويتم فيها كتابة المادة الاعلانية الصحفية المناسبة لها وهي:

أ – اعلان المساحة

ب – الإعلان المبوب

ج – الاعلان التحريري

د – الاعلان المجمع:

القسم الاعلاني

الملحق الاعلاني

العدد الخاص:

ويقوم بهذه العملية المحررون المختصون في ادارة الاعلانات، ويلي ذلك عملية اخراج الاعلانات، وتبدأ بتحديد المساحات الاعلانية داخل صفحات الجريدة المختلفة، ويتم حسابها بالسم× عمود (الارتفاع بالسنتيمتر والعرض بالعمود). أو بالصفحة وكسورها

(صفحة، $\frac{3}{4}$، $\frac{1}{2}$ صفحة، $\frac{1}{4}$ صفحة) ثم عملية اخراجها اي وضع التصميم الاساسي لها ثم توضيبها، وتجهيز الماكيت وارساله الي المطبعة (الجمع – الحفر)

عملية الاخراج الصحفي:

وهي عملية تتصل بشكل أو مظهر الجريدة، وتختص بوضع التصميم الاساسي الثابت لصفحات الجريدة، واختيار العناصر التيبوغرافية الاساسية لها، والتبويب أو اسلوب توزيع المواد على صفحاتها المختلفة ثم توضيب (أو تنفيذ) الجريدة يوميا أو اسبوعيا من خلال توزيع المادة الصحفية: المكتوبة والمصورة (الصور والرسوم)، التحريرية والاعلانية- بشكل منسق جذاب على صفحات الصحفية المختلفة.

ويتم ذلك على نموذج بحجم صفحة الجريدة (واحيانا نموذج مصغر) يسمى ماكيت (Macquette)، تحدد فيه إدارة الاعلانات بشكل مسبق المساحات الاعلانية في صفحات الجريدة المختلفة من حيث الموقع، الشكل، المساحة، وباقي المساحة يخصص للمادة التحريرية.

وفي هذا الجزء المخصص للتحرير يقوم المحرر المسئول عن عملية الاخراج (وهو هنا سكرتير التحرير أو المخرج الصحفي) بعملية تصميم وتوضيب للصفحات، بحيث يوزع الموضوعات داخل كل صفحة ويحدد موقع كل موضوع داخل الصفحة، ومساحته واسلوب عرضه: العناوين، المقدمات، المتن، الصور والرسوم المصاحبة: من حيث حجم المادة الصحفية المكتوبة بالبنط، واتساع العمود بالكور، وابعاد الصور والرسوم المصاحبة بالسم × العمود(١٠سم× عمودين مثلا).

وتتم هذه العملية مع المادة الصحفية خبرا خبرا، وموعاً موضوعاً، وداخل كل صفحة، حتى ينتهي المحرر من صفحات الجريدة المختلفة.

وفي النهاية يجد المحرر أمامه صورة مبدئية للجريدة موزعة عليها المادة المكتوبة مبنطة أو محدداً عليها بحجم الحروف واتساع السطور، والمادة المصورة محددة أبعادها وشكلها بالسم× عمود.

تجهيز المادة للتضويب (معالجة المادة الصحفية):

وفيها يتم ارسال المادة المكتوبة الي قسم الجمع ليتم تحويل المادة إلى حروف من رصاص (الجمع الآلي) أوفيلم سالب أو موجب أو ورق برومايد (الجمع التصويري) منفذ

حسب توجيهات المخرج الصحفي. ويتم ارسال المادة المصورة (الصور والرسوم) إلى قسم الحفر (ورشة الحفر والكليشيهات ليتم تحويلها إلى كليشيهات معدنية أو سالبيات تأخذ شكل المادة المصورة المطلوبة من حيث الشكل والمساحة وفقاً لتوجيهات المحرر.

المراجعة والتصحيح (للمادة المجموعة):

ويتم من هنا مراجعة المادة المكتوبة بعد جمعها من حيث الاخطاء المطبعية واللغوية ومدى مطابقتها للأصول وتنفيذها (الفني) تبعاً لتوجيهات المحرر المسئول ويتم تصحيح الأخطاء، ويتم كذلك مراجعة الصور والرسوم، كل ذلك على تجارب (بروفات)، ويتم تنفيذ التصويبات وأخذ بروفات عليها.

عملية التوضيب (المونتاج):

وهي العملية التي تتم في صالة التوضيب (بالنسبة للطباعة البارزة والجمع الآلي) والمونتاج بالنسبة للطباعة الغائرة والملساء (الليثوجرافية)، حيث يتم تنفيذ صفحات الجريدة وفقاً للماكيت الذي أعده المحرر المسئول عن الاخراج (سكرتير التحرير)على نموذجه للصفحة يتم فيه تجميع المواد المكتوبة والمصورة التحريرية والاعلانية، ثم تؤخذ بروفات عليها.

وقد يتم لصق الموضوعات (المكتوبة والمصورة) والاعلانات على الماكيت.

المراجعة والتصحيح (للمادة التي تم توضيبها):

تجري مراجعة لبروفات كل صفحة لمعرفة الأخطاء اللغوية والمطبعية واخطاء التوضيب بواسطة محرري قسم التصحيح (المصححين)، ويتم تنفيذ كل هذه التصويبات، وتؤخذ بروفة نهائية عليها بعد أن يعتمدها سكرتير عام التحرير (رئيس قسم الاخراج أو السكرتارية الفنية) وكذلك رئيس التحرير أو مدير التحرير أو المحرر المسئول.

تجهيز الصحيفة للطبع:

ويتم هنا الخطوة ما قبل النهائية وتختلف حسب نوع الطبع:

ففي الطباعة البارزة بعد التوضيب نجد عمليات، الكبس والسبك (صب الفرم). ثم وضع الصفحات المصبوبة على سندرات المطبعة.

ففي الطباعة الغائرة والملساء يتم تصوير الصفحات ميكانيكيا على لوحات، يتم تجهيزها بعد ذلك، للتركيب على سندرات المطبعة، وتتم داخل الاقسام الفنية.

عملية الطباعة:

وفيها يتم تحويل الجريدة الي شكل نهائي أو منتج نهائي هو الجريدة المطبوعة، بالكمية المحددة، ويتم تجميعها معاً، وربطها في كميات وتجهز للمرحلة التالية.

عملية التوزيع:

ويتم من خلالها شحن نسخ الجريدة في العربات وتوزيعها على منافذ التوزيع المختلفة لها داخل المدينة أو البلد، أو خارجه: بالعربات، أو القطارات، أو الطائرات.

تقويم الأداء الصحفي:

التقويم بشكل عام Evaluation هو عملية تقدير القيمة الكلية لنظام أو عملية معينة ويفترض ذلك وجود أهداف محددة مسبقاً نسعى لتحقيقها وتخطيط علمى منظم وسليم وفق جدول زمني للوصول إلى هذه الاهداف.

وتقويم الاداء الصحفي بالنسبة للجريدة هو: عملية تقدير وقياس لقيمة الأداء للفنون والجوانب الصحفية المختلفة، والذي يرتبط بالسياسة التحريرية للصحيفة وينفذ خططها وأهدافها الاقتصادية والتسويقية والذي يترجم إلى عمل يومي وهيكل تنظيمي وكيان إداري، وتظهر نتائجه في توزيع الجريدة واقبال المعلنين عليها ومدى كسبها لاحترام الجمهور القارئ.

ويشمل التقويم كافة جوانب الفن الصحفي كعملية اتصال متكاملة الاطراف: القائم بالإتصال، المضمون (المادة الصحفية)، الجمهور، التاثير، الاشكال الصحفية، الاسلوب الخارجي، السياسة التحريرية، الجوانب الاخلاقية والاعلانية والتسويقية والادارية.... هناك مستويات لتقويم الآداء الصحفي:

التقويم السريع (العاجل أو الفوري) للأداء الصحفي:

من خلال أربعة مصادر رئيسية:

أرقام توزيع الجريدة

اجتماعات الاقسام ومجلس التحرير

ردود فعل القراء من خلال المكالمات التليفونية والرسائل المختلفة

استعمال بعض تقنيات الحصول على رجع الصدى مثل:

المقابلة الشخصية

التليفون

التقويم المستمر(الدوري) للأداء الصحفي:

من خلال توظيف بحوث الاتصال بالجماهير وتطبيقاتها المختلفة في المجال الصحفي، وتتضمن ١٢ مدخلاً بحثياً يمكن توظيفها لتقويم أداء العمل الصحفي بجوانبه المختلفة وهي:

مدخل بحوث القائم بالاتصال

مدخل بحوث المضمون

مدخل بحوث القارئية

مدخل بحوث التيبوغرافياوالاخراج

مدخل بحوث التاثير

مدخل بحوث الجوانب التسويقية

مدخل بحوث الاعلان

مدخل بحوث الجوانب الادارية والتنظيمية

مدخل بحوث الجوانب التشريعية والقانونية

مدخل بحوث الجوانب الاخلاقية والسياسية الاتصالية

مدخل بحوث الوسيلة.

التقويم العام الشامل للأداء الصحفي:

من خلال صيغ قام بوضعها بعض خبراء الصحافة واساتذتها وكذلك الجمعيات والاتحادات والمنظمات المهنية وتضم معايير يمكن من خلالها الحكم على أداء الصحيفة بعضها ذو طابع عالمي وبعضها يناسب مجتمعات معينة.

التطوير "Development":

ومن خلال الإستعانة بنتائج عملية أو عمليات تقويم الأداء يمكن أن يتم تطوير الأداء الصحفي في جوانبه المختلفة، عندما نقوم باعادة تخطيط لاصدار الجريدة سواء على المستوى الاستراتيجي العام أو المرحلي.

الإخراج والتكنولوجيا الصحفية:

شهدت نهاية السبعينات وأوائل الثمانينات ثورة هائلة في اسلوب انتاج الجريدة أو في تكنولوجيا الصحافة تمثلت في التطبيق العملي للمستحدثات التالية:

١- نظام الجمع التصويري للحروف الذي يستعين بنهايات العرض الضوئى النهايات الطرفية (VDT) Video Display Terminans، في الارسال المباشر للنص الي آلة الجمع المرتبطة بالحاسبات الالكترونية.

٢- نظام الجمع التصويري الذي يستعين بجهاز التعرف البصرى على الحروف(OCR) Optical Character Recognitionالذي يستطيع مسح حروف صفحة مكتوبة على آلة كاتبة وجمعها آلياً في حروف، مع امكانية عرضها على الشاشة وتصحيحها.

٣- استقبال نصوص لاخبار وموضوعات من محررين خارج مقر الجريدة على شاشات نهايات العرض الضوئي (النهايات الطرفية) من خلال نهايات العرض الضوئي (نهايات طرفية) محمولة مع المحررين في مواقع الاحداث.

٤- الجمع التصويري للحروف، والمراجعة، والتصحيح، والاستكمال من قسم المعلومات داخل الجريدة بواسطة نهايات العرض الضوي (النهايات الطرفية) على شاشة النهاية، أو من بنك معلومات خارجي.

٥- التنفيذ الكامل لعملية اخراج الجريدة (تصميماً وتوضيباً) على شاشات نهاية العرض الضوئي (النهايات الطرفية).

٦- تطوير طرق طباعة الأوفست الليثوجرافية، واستخدام الالوان.

٧- إدخال الحاسبات الاليكترونية لأتمتة عديد من الوظائف الصحفية: كالجمع والتوضيب والطباعة وتخزين واسترجاع المادة الصحفية.

٨- طباعة الجريدة في أكثر من مكان داخل البلد الواحد، وخارجه في أكثر من بلد عبر القارات، عن طريق توظيف اجهزة الفاكسميل مع التلفون، وشبكات المايكرويف أو الاقمار الصناعية فيما أطلق عليه الطبعات القومية للصحف (كجريدة U.S.A TODAY الامريكية)، والطبعات الدولية للصحف (كجريدة الاهرام والشرق الاوسط) وكان لابد أن يتأثر الإخراج الصحفي: تصميماً وتوضيباً بشكل مباشر أو غير مباشر بالتقنيات الجديدة في معالجة المادة

الصحفية المكتوبة والمصورة والمرسومة، فقد أصبح المحرر الصحفي أكثر وعياً ببعض التفاصيل الفنية المتعلقة بعملية الاخراج بعد ان أصبح المحرر الصحفي هو جامع حروف أخباره وموضوعاته، ومراجعها، ومصححها، وموضبها، حيث يقوم في النظم الحديثة بانتاج الجرائد، إلى جانب جمع المادة الصحفية ومراجعتها وصياغتها واستكمالها وتحريرها، بصفها (جمعها) على شاشة نهاية العرض الضوئي (النهاية الطرفية)، ثم يقوم بعملية إخراجها على الشاشة تصميماً وتوضيباً.

ففي ذروة الثورة الالكترونية في صالات تحرير الجريدة الامريكية خلال منتصف السبعينات يتنبأ (Joseph.m-Ungro) بأن ذروة هذه الثورة سوف تكون ما وصفه بعملية ال(Pagination) أو: (إستخدام آلات الجمع التصويري أو التوضيب التصويري التي تستعين بالحاسبات الالكترونية في إعداد صفحة كاملة أو صنع الالواح للتخلص من اللصق اليدوي.

وكان الباحث الأول والرائد في هذا المجال (Dr. Hans Andersin) وارتكز على الأسس التالية:

أولاً: أن هذا النظام ينبغي أن يكون أحد النتائج الفرعية للعمل الإخراجي العادي للمحرر.

ثانياً: أن محرر الاخراج ينبغي ان يكون لديه التحكم الكامل في مظهر الصفحة ما عدا وضع الاعلانات.

ثالثاً: عدد نقاط أو محطات النظام (Pagination stations) أو الشاشات الخاصة أو نهايات العرض الضوئي المستخدمة لعملية التصميم والتوضيب ينبغي أن يكون ضخماً في صالة التحرير بشكل يتيح لكل محرر إخراجاً نفاذاً آنياً لصفحاته.

رابعاً: هذا النظام يستعين ببرنامج يوجه عمل الحاسبة الالكترونية لأداء وظائف مثل:

تحديد حجم المتن والصور

تحديد قطع المتن والصور

تصحيح الصور الفوتوغرافية

كتابة العناوين وجعلها متناسبة مع المساحة المحددة
التفكير في البدائل المختلفة لترتيب الاخبار والموضوعات
تنفيذ ومتابعة إتصال فقرات الموضوع والأخبار بالنسبة للبواقي
كتابة المتن وتحريره ومراجعته وتصحيحه واختصاره
استبدال أخبار وموضوعات جديدة للطبعات المتأخرة بأخرى مخرجة فعلاً وجاهزة.
وهذا النظام الذي أطلق عليه (The computer layout system) أو التوضيب بواسطة الحاسبة الالكترونية يعمل الآن في جرائد عديدة. وقامت بتطويره مؤسسة Hendrix Electronin بمانشيستر بناء على مواصفات من جرائد مؤسسة Ganette Warchester Racklond التي قدمته للسوق ١٩٨٠

أنظمة تصميم الاعلانات وإخراجها على الشاشة:

وقد كانت بداية انظمة التصميم والتوضيب تلك في مجال الاعلانات حيث تمتلك القدرة على اعطاء تصميم اعلانات كاملة على ضوء التحديدات التي يضعها المصمم دون الحاجة الى لصق أو غيره. ويتضمن هذا النظام – الذي يطلق عليه أيضاً نظام التشكيل التصويري – شاشة عرض تليفزيونية متطورة تتضمن لوحة مفاتيح تمتلك امكانية تحرير وتنظيم الاشكال بالإضافة الى انبوبة أشعة الكاثود (المهبط) التي من خلالها يمكن تحديد الاشكال على الشاشة، ويعمل هذا النظام كالتالي:

يوضع الشكل العام للاعلان ويتطلب تنفيذه للحصول على شرط مخرم، وتعتبر كمية التنفيذ (التوضيب) المطلوبة بطبيعة الحال من التنفيذ المطلوب للنصوص، وبالتالي لا حاجة لتلقين الآلة بالإرشادات، حيث يؤخذ الشريط المخرم الى الشاشة التلفزيونية للتصحيح، واذا لم تكن هناك أية تصحيحات يتم وضع الشريط في قارئ Reader حيث تظهر نسخة الاعلان على الشاشة جاهزة للاخراج، وباستخدام نقطة متحركة على الشاشة يتحكم فيها العامل بواسطة لوحة مفاتيح، يتم ترتيب الاعلان كما هو في الشكل المحدد بنفس المقاييس والتحديدات المطلوبة من حيث حجم الاحرف والتقطيع وفراغات الاسطر...الخ

وبالامكان تغيير احجام الحروف إذا كان ذلك ضرورياً كما يمكن الغاء أي نص أو إضافة أي نص أو حتى تتغير موقع فقرات بأكملها. وعندما ينتهي العامل من انجاز

المطلوب يضغط على أحد المفاتيح لينقل الاعلان باكمله بواسطة شريط مخرم الى الوحدة الضوئية للحصول عليها قطعة واحدة، أما على ورق للصقها في مكانها المحدد على صفحة الاعلانات في الجريدة أو فيلم ومنه الي اللوحة الطباعية.

ولقد بدات انظمة الاخراج على الشاشة تلك تأخذ طريقها بازدياد في أعمال الصحف، والصفحات الاعلانية في دليل الهاتف، وبامكان هذه الانظمة استخدام الاشرطة المخرمة على آلات التعرف البصري أو لوحات المفاتيح وبامكانها أيضاً اعطاء اشرطتها الي الوحدات الضوئية الخاصة بانظمة التنفيذ التصويري وانظمة انبوبة أشعة الكاثود " المهبط ". وقد توقع الخبراء انتشار هذه الانظمة فيالمستقبل القريب وان يصبح المصمم (المخرج الصحفي) هو العامل الرئيسي على هذه الآلات.

وفي عام ١٩٧١ طورت شركة Hastech وهي احدى فروع شركة Hendrix المتخصص في أنظمة الجمع والتوضيب التصويري المتكاملة نظاماً جديداً بدأ استعماله عام ١٩٨٢ في مجموعة جراند مؤسسة Ganette Warchester Racklond من خلال آلة تسمى The page promachine أو "آلة انتاج الصفحة".

وتعتمد هذه الآلة على آلة تستطيع بمساعدة حاسبة اليكترونية، ونهاية عرض ضوئي وآلة جمع تصويري انتاج صفحة كاملة من حروف وصور محددة مواقعها بشكل مناسب، كما يرغب المحرر، وجاهزة لكي يتم تحويلها الى لوح جاهز لطباعة الاوفست، وهناك جهود لتطوير الآلة لكي يتم انتاج اللوحة المباشرة من نهاية العرض الضوئي. ومراحل انتاج الصفحة من خلال هذا الجهاز هي:

أولاً: يجلس المحرر على محطة العمل Work Station وأمامه نهايتان للعرض الضوئي **واحدة لكتابة المتن وتحريره ومراجعته والأخرى للاخراج.**

ثانياً: يستدعي المحرر الصفحة التي سيقوم باخراجها إذا كانت صفحة داخلية مثلاً ليعرف حجم وموقع الاعلان واذا كانت صفحة مفتوحة ليس بها اعلانات، يحدد فيما بعد اتساعات الاعمدة (خمسة أو ستةأو سبعة أو ثمانية) أو مزيج منهما وكلها مبرمجة.

ثالثاً: يستدعى المحرر (على الشاشة) دليل الاخبار والموضوعات والصور المتاحة لتلك الصفحة ويبدأ في عمل اختياراته واتخاذ القرارات الإخراجية.

رابعاً: يختار المحرر قصة ويقوم بمراجعتها وتصويبها ويضع لها العنوان على نهاية العرض الضوئي الخاص بالتحرير، ويتم توضيبها بواسطة الحايبة الالكترونية، وفي ثوان يستطيع المحرر رؤية الموضوع أو القصة ويعرف كيف سوف تبدو في الشكل النهائي لها، وهل العناوين والمتن والجداول والفواصل موضوعة بشكل متناسب؟ وتعطي برامج الحاسبة الالكترونية مرونة كبيرة في اشكال واحجام العناوين تتيح إمكانيات كبيرة في الاخراج.

خامساً: يبدأ المحرر في تحديد موقع المتن بوضعه على الشاشة، واعطائه الوضع المناسب بلمس مفتاح معين، ثم يحسب المحرر المساحة التي يحتاجها العنوان والمتن والاطارات والصور، وإذا تمت الموافقة عليها يستمر وإذا رفضت يلغيها.

سادساً: يقوم المحرر بتحريك المادة الصحفية (الخبر او الموضوع) إلى شاشة نهاية العرض الضوئي الخاص بالإخراج، ويضعها في إطار الصفحة ولا يظهر على الشاشة إلا العناوين فقط. اما سطور المتن فلا تظهر واضحة وتمثل على الشاشة بخطوط مستقيمة- رسمت بقلم، على سبيل المثال.

وقد يختار المحرر أن يقوم بتحرير المادة الصحفية (الخبر أو الموضوع) على شاشة عرض أخرى ليرى الحروف التي لم تجمع القصة فيها من حيث الحجم ووجه الحروف وكذلك العناوين.

فالمواد الصحفية (الاخبار والموضوعات) يتم تحديد مواقعها على الشاشة الكبرى من خلال العناوين والخطوط المستقيمة التي تمثل المتن، وإذا كانت المادة الصحفية طويلة جداً يستطيع المحرر نقلها إلى الشاشة الأصغر واختصار بعض السطور منها، وإذا كانت أقصر من أن تناسب المساحة يمكن ان يتم إستدعاء بعض مواد الحشو Fillers أو كتابة نسخة أطول من إستخدام بنط أكبر.

هذا ويطلق على القدرة على تحريك المواد الصحفية (الاخبار والموضوعات) من شاشة الاخراج الى شاشة التحرير، ثم الى الأولى ثانية، القدرة التفاعلية للآلة.

سابعاً: بعد تحديد موقع كل مادة صحفية على الشاشة الأكبر، يتم ملء الصفحة كلية بشكل كامل من المواد الصحفية، حيث يستطيع المحرر ببساطة الضغط على

زر فيبدأ نقل الصفحة من مجموعة أخبار وموضوعات مجموعة في حروف متن وعناوين (مع ترك أماكن للمواد المصورة) إلى نص جاهز للالتقاط بواطة الكاميرا.

ثامناً: يتم إعداد لوح طباعي من صورة الصفحة الكاملة التي تستخرج من نهاية العرض الضوئي، ويلاحظ أن المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية والرسوم الظلية) لا يستطيع هذا النظام معالجتها، وكذلك الاعلانات التي يمكن وضعها الآن على الصفحة في بعض الأنظمة.

وفي تطوير لهذا النظام تجربة وكالة الاسوشيتدبرس وتسميه:

يتم استدعاء المواد المصورة Photo& Graphic System (الصور والرسوم) والاعلانات من نظام فرعي لاخراج الصفحة إلكترونياً على شاشة ضخمة، يقوم بمسح المواد المصورة إلكترونياً ويستدعيها للدخول في نظام إخراج الصفحة الرئيسي ويتوقع تنفيذ هذا النظام خلال النصف الاخير من الثمانينات.

ومن المستحدثات التكنولوجية الجديدة التي سوف تقوم بتثوير أنظمة الاخراج (التصميم والتوضيب) الالكتروني للصفحات على الشاشة ما يلي:

١- الكاميرا الإلكترونية:

وهي كاميرا تحصل على الصورة من دائرة حاسبة الكترونية Electronic computer chip بدلا من الفيلم، وهي لن تتطلب ضوء فلاش بسبب استعمال أنواع من الغالق عالية السرعة، وستجعل -أيضاً- من الممكن بث الصور عبر خطوط التلفون من مصور فوتوغرافي إلى حاسبة الكترونية.

وهذا يعني أن المصور الفوتوغرافي سوف يستطيع أيضاً مثله في ذلك مثل المحرر الذي يرسل الكلمات من نهاية العرض الضوئي المحمولة في أي موقع من مواقع الاحداث الى الحاسبة الالكترونية للجريدة – ان يرسل الصور الفوتوغرافية بالكاميرا الالكترونية.

وقد أعلنت احدى الشركات اليابانية مؤخراً عن توصلها الى جهاز حديث له القدرة على نقل الموضوعات المصورة بطريقة إلكترونية تعتمد على استخدام نوع من الكاميرات التي تعمل بدون أفلام ويستخدم وسائل جهاز الفيديو الاليكترونية نفسها الى جانب الأشرطة الممغنطة ويكفي أن يرسل المصور الصحفي موضوعه المصور الى

جريدته التي تلتقطه على شاشة تظهر أمام المحرر المسئول وبوضوح الكلام المكتوب والمصور. وفي ٢٢ يوليو ١٩٨٧ بدأ تسويقه تجارياً.

٢- طبع الألواح بواسطة أشعة الليزر:

وذلك بحفر صور للصفحات مباشرة على اللوحة بواسطة أشعة الليزر وهي أشعة ضوئية حيث يتم مسح لصور الصفحات (المتن والمواد المصورة) ولرموز اخرى، لكي ترسل النتائج الممسوحة في شكل رقمي إلى الكاميرات إلى معدات جمع الحروف، والى تجهيزات طبع الألواح.

ويرى (Joseph.m-Ungro) أنه بمجرد أن يصبح في الامكان طبع لوحللصفحة كلية من خلال الحاسبة الالكترونية سيكون الجمع التصويري شيئاً عتيقاً، وستكونالحاسبة الالكترونية قادرة على ارسال الصفحة مباشرة الى صانع اللوح، ولهذا السبب يرى أيضاً أن نظام اخراج الصفحة الكترونياً على الشاشة pagination System هو المفتاح للجريدة الإلكترونية في المستقبل وإذا سار معدل التقدم التكنولوجي في صناعة الجريدة بمعدل السبعينات نفسه، فانه من المؤكد أن كل جريدة سوف تستعمل حاسبة الكترونية لاخراج (تصميم وتوضيب) الصفحات مع عام ١٩٩٠.

الفصل السادس

نظريات الصحافة ومسئولياتها

الفصل السادس

نظريات الصحافة ومسئولياتها

في تفسير علاقة الصحافة بالسلطة في المجتمع عبر التاريخ نجد مجموعة من النظريات التي تفسر تطور الصحافة ودورها في المجتمع وعلاقتها بالسلطة الحاكمة، أو فلسفة الصحافة بشكل عام، وسنعرض ونحلل تلك النظريات حسب ظهورها التاريخي.

١. النظرية السلطوية: Authoritarian

نشأت هذه النظرية في القرن السادس عشر والقرن السابع عشر في انجلترا وكانت منتشرة انتشاراً عظيماً ولا تزال تمارس في كثير من الدول، ومصدرها فلسفة السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته أو لكليهما معاً، نلمح ذلك في نظريات أفلاطون، أرسطو، وهيجل، وغرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة الحكومة القابضة على زمام الحكم وخدمة الدولة، ويعمل في الصحف ويصدرها من يستطيع الحصول على ترخيص من الحاكم أو رخصة، ويتمم الاشراف على الصحف بواسطة الحكومات والاتحادات، وفرض الرقابة عليها، ويحظر في إطار هذه النظرية نقد الجهاز السياسي والموظفين الرسميين، ولكية الصحف قد تكون خاصة أو عامة، وتكون أداة لترويج سياسات الحكومة ودعمها حتى ولو لم تمتلكها الحكومة.

ونلاحظ أن فلسفة هذه النظرية تركز على أن الدولة تحل محل الفرد، وبسيطرة الدولة فقط يستطيع الفرد أن يكشف ويطور صفات الكائن المتحضر ويجب على وسائل الإعلام فيها أن تدعم الحكومة في اللطة لكي يستطيع المجتمع أن يتقدم والدولة أن تصل إلى أهدافها، كما أن من وجهة نظرها أن الصفوة التي تحكم الدولة توجه العامة التي تعتبر مؤهلة لاتخاذ القرارات السياسية، ورجل واحد أو رجال قليلون هم الذين يقودون، ومن واجباتهم أن يراقبوا وسائل الإعلام التي تستخدم لدعم القيادة وأهدافها.

وتدور هذه النظرية حول فكرة أن الشخص الذي يعمل بالصحافة يكون عمله هذا بمثابة امتياز خاص يمنح بواسطة القائد الوطني، لذلك فهو مدين بالالتزا للقائد وحكومته.

إن هذه الفلسفة الصحفية كانت وما زالت القاعدة أو الأساس لكثير من أنظمة الصحافة في العالم، إنها تدين بوجودها للحكومة، وتعمل لدعم السلطة التي منحتها حق البقاء، وحرية الإعلام في ظل هذه النظرية توجد بالقدر الذي تسمح به القيادة الوطنية في أي وقت.

٢. النظرية الليبرالية: Libertarian

تعود هذه النظرية بشكل أساسي إلى عصر النهضة الأوربية وبالتحديد القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، حيث بلور عدد من المفكرين الأوربيين الكثير من المبادئ التي تحدث الأفكار السلطوية التي سادت حتى بداية عصر النهضة الأوربية، وكان من أبرزهم المفكر الانجليزي جون ميلتون الذي كتب عام ١٦٦٤ يقول "إن حرية النشر بأي واسطة ومن قبل أي شخص ممهما كان اتجاهه الفكري هي حق من الحقوق الطبيعية لجميع البشر، ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر بأي شكل وتحت أي عذر".

كما شارك جون لوك في بلورة عدد من الأفكار حول الحرية التي عرفها بأنها "الحق في فعل أي شئ تسمح به القوانين". وكان لوك قد قدم إلى البرلمان الانجليزي بياناً هاجم فيه تقييد حرية الصحافة عام ١٦٦٥م، واضطر البرلمان في ذلك الوقت لإلغاء قانون كان قد قامم بإصداره لفرض الرقابة على الصحف.

لكن الانتصار الأول للنظرية الليبرالية على النظرية السلطوية أو نظرية السلطة لم يتحقق إلا خلال القرن الثامن عشر حين أصدر البرلمان البريطاني قراراً أكد على حظر أية رقابة مسبقة على النشر، كما أباح للأفراد غصدار الصحف دون الحاجة إلى الحصول على ترخيص من السلطة، وقد جاء هذا التعاون نتيجة لأفكار المفكر الانجليزي بلاكستون الذي أكد أن حرية الصحافة ضرورية لوجود الدولة الحرة، وذلك يتطلب عدم وجود رقابة مسبقة على النشر ولكن يمكن أن يتعرض ا

للعقاب بعد النشر إذا تضمن هذا النشر جريمة، وكل إنسان حر أن ينشر ما يشاء على الجمهور، ومنع ذلك هو تدمير لحرية الصحافة.

وقد جاء دتور الولايات المتحدة الأمريكية ليحظر بشكل كامل تدخل الدولة في مجال حرية الصحافة حيث نص على أنه يحظر على الكونجرس أن يصدر أي قانون يقيد حرية التعبير والصحافة.

وتقوم أفكار المفكرين الليبرالين على أسس هي النقيض من أفكار السلطويين تماماً فهم يقون في الجماهير ويعتقدون أنه لابد من تقديم كل أنواع المعلومات والأفكار للجمهور، كما اعتبروا أن النقد الحر ضرورة لتحقيق الرفاهية والتقدم وأن الجماهير مجتمعة أو أغلبيتها تستطيع اتخاذ القرارات، وأن هذه القرارات التي تتخذ بواسطة الأغلبية تكون دائماً أقرب إلى الحقيقة، وهذه الثقة بالجماهير تتعلق بشكل مباشر بوائل الإعلام، حيث تقوم هذه الوائل بإعطاء المعلومات للجمهور مما يجعل أفراد الجمهور قادرين على انتخاب ممثليهم وتوجيبهم زتغييرهم عندما يكون ذلك ضرورياً.

ويحدد المفكر الإعلامي السويدي دينيس ماكويل العناصر الرئيسية لنظرية الحرية فيما يلي:

١. أن النشر يجب أن يكون حراً من أية رقابة مسبقة.

٢. أن مجال النشر والتوزيع يجب أن يكون مفتوحاً لأي شخص أو جماعة بدون الحصول على رخصة مسبقة من الحكومة.

٣. أن النقد الموجه إلى أية حكومة أو حزب ياسي أو مشئول رسمي يجب ألا يكون مجلاً للعقاب حتى بعد النشر.

٤. ألا يكون هناك أي نوع من الإكراه أو الالزام بالنسسبة للصحفي.

٥. عدم وجود أي نوع من القيود على جمع المعلومات للنشر بالوسائل القانونية.

٦. ألا يكون هناك أي قيد على تلقي أو إرسال المعلومات عبر الحدود القومية.

٧. يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلال المهني داخل مؤسسساتهم الصحفية.

وقد ساهمت النظرية الليبرالية بشكل كبير في تحرير الصحافة من سيطرة الدولة فأنهت وجود الكثير من القيود التي تفرضها السلطة على الصحافة، واستطاعت دول الشمال – أوربا والولايات المتحدو الأمريكية – أن تتمتع خلال القرن التاسع عشر

وحتى منتصف القرن العشرين بقدر كبير من التعددية والتنوع في مجال الصحافة واستطاعت الصحافة أن تدير هذه المجتمعات مناقشة حرة بين كافة الاتجاهات السياسية، وأن تنقل هذه المناقشات إلى الجماهير وهو ما أسهم في تقدم هذه المجتمعات وزيادة حيويتها.

لكن المشكلة أن أوضاع الصحافة في أوربا وأمريكا خلال النصف الثاني من القرن العشرين قد ابتعدت بشكل كبير عن تلك الافكار الليبرالية، فتناقصت تعددية الصحف وقل تنوعها، وقلت بالتالي قدرتها على القيام بوظيفتها في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها للجماهير.

وقد لعب تزايد الاتجاه إلى الاحتكار في ملكية الصحافة دوراً أساسياً في تعريض هذه النظرية للنقد ممن كافة الاتجاهات السياسية وبرزت رؤية أخرى حتى من جانب المؤمنين بهذه النظرية تقول: "إن حرية الصحافة وحرية التعبير لا يمكن ضمانها إلا عندما يكون إنتاج الأفكار وتزيعها بعيداً عن السيطرة الرأسمالية من ناحية والسيطرة البيروقراطية من ناحية أخرى".

٣. نظرية المسئولية الاجتماعية: Social Responsibility

بدأت المراجعات النقدية للنظرية الليبرالية للصحافة ابتداء من العقد الثاني من القرن العشرين، ولكنها بلغت ذروتها بعد نهاية الحرب العالمية عندما تشكلت لجنة حرية الصحافة مكونة من اثني عشر أستاذاً أكاديمياً يرأسهم البروفيسير روبرت هوتشنز وضمت أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية مثل وليم ريفرز وتيودور بيترسون.

وقد أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة تايم الأمريكية ودائرة المعرف البريطانية وقدمت تقريرها في كتاب أعدته اللجنة كاملة عام ١٩٤٧م بعنوان: "صحافة حرة مسئولة"، وفي دراسة أخرى كتبها وليم هوكنج عضو اللجنة في ؤلف بعنوان "حرية الصحافة في إطار المبادئ" وهي الكتابات التي صاغت نظرية المسئولية الاجتماعية.

ولقيت دعوة لجنة حرية الصحافة إلى صحافة حرة ومسئولة صدى داخل الولايات المتحدة وخارجها في بلدان أوربا وعلى رأسها المملكة المتحدة، فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام ١٩٤٩ ودعت إلى ضرورة إحساس العاملين في الصحافة

بمسئولياتهم الاجتماعية، حيث تقوم الفكرة المحورية لأفكار هذه النظرية على التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة فتقوم الصحافة بتنظيم نفسها وفقاً لمعايير هذه النظرية وتشكيل مجلس الصحافة.

ووافق المارسون في الولايات المتحدة على أن الحرية السلبية في النظرية الليبرالية غير مرغوبة في المجتمع الحديث، وأن الحرية لابد أن ترتبط بالمسئولية، فالإنسان ليس كائناً عاقلاً راشداً بل عرضه لعمليات تأثير واسعة النطاق من قبل خبراء العلاقات العامة.

ونص تقرير لجنة حرية الصحافة لعام ١٩٤٧م على أن صناعة الإعلام في الولايات المتحدة يجب أن تستمر في يد القطاع الخاص واضعة في اعتبارها المصلحة العامة، ووضعت اللجنة مجموعة تصورات حول وظائف الصحافة في المجتمع الحديث، وعدد من التوصيات للحكومة وللمؤسسات.

فمن حيث وظائف وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر رأت اللجنة أن الصحافة يجب أن تقوم بالوظائف التالية:

١. إعطاء تقرير صادق وشامل وذكي عن الاحداث اليومية في سياق يعطي لها معنى.
٢. أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
٣. أن تقدم صورة ممثلة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
٤. أن تقدم أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها.
٥. أن توفر معلومات كاملة عمما يجري يومياً.

وأوصت لجنة حرية الصحافة الحكومة بتطبيق الضمانات الدستورية لحرية الصحافة، وأن تعمل الحكومة على تسهيل ظهور وسائل إعلام جديدة واستمرار المنافسة بين الوسائل الكبيرة القائمة، كما طالبت اللجنة بإلغاء التشريع الذي يحظر على الأفراد مساندة إجراء تغييرات ثورية على المؤسسات القائمة لأن هذا التشريع يهدد المناقشات السياسية والاقتصادية.

وأوصت لجنة حرية الصحافة المؤسسات الإعلامية بتقديم خدمة تتسم بالتنوع والكم الملائم لاحتياجات الجماهير، فضلاً عن زيادة مراكز الدراسة الأكاديمية

والبحث والنشر في مجال الإعلام، وإنشاء هيئة جديدة مستقلة لتقييم أداء الصحافة لعملها وتقديم تقرير سنوي حول هذا الأداء.

كما أوصت اللجنة بمجال الإعلامم بالنقد المتبادل والاستماع لبعضهم وأن يقبلو مسئوليتهم كناقل عام للمعلومات والمناقشة.

كما قدم أستاذ أمريكي هو كيرتس ونتجري في كتابه "مسئولية لرفع المعايير" رؤية جديدة للمسئولية تقول: إنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذا نصف المئولية، ولكن النصف الآخر هو بيان مسئولية الجمهور ألا يتعامل مع ما يقدم من خلال الصحافة والتليفزيون على أنه وجبة كتلك التي يشتريها من السوبر ماركت، بل عليه أن يدرك الوقائع ولا يتقبلها كما يقرأها أو يسمعها، يزن الأفكار التي تتفق مع ميوله والتي تختلف ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش.

ويساوي روبرت راي في كتابه "مسئولية الجرائد" بين المئولية الاجتماعية وصدق الأخبار والحيدة لأنها أساس حق القراء في المعرفة، ثم المناقشة الديمقراطية الحقة في المجتمع والتي تسهم في تطويره.

ويلخص دينيس مماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية في الجوانب التالية:

١. أن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.
٢. أن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
٣. لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
٤. أن الصحافة يجب أن تتجنب نشر مما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات.
٥. أن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
٦. أن للمجتمع حقاً على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظيفتها.
٧. أن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

ويلاحظ أن هذه النظرية قد طرحت بعض الحلول الت تتمثل في التنظيمم الذاتي لمهنة الصحافة، وذلك من خلال إصدار مواثيق شرف مهنية لحماية حرية التحرير الصحفي والممارسة الصحفية، وإصدار قوانين للحد من الاحتكار، وإنشاء مجالس للصحافة، وإنشاء نظام لتقديم إعانات للصحف.

وكن مجمل الأفكار طرحتها هذه النظرية لم تتح لها فرصة التنفيذ بشكل كامل فقد نظر الصحفيون الأمريكيون إلى هذه الأفكار على أنها تمثل اتجاهاً نحو الاشتراكية وخطراً على حرية الصحافة، كما عارضت هذه الأفكار بشدة مجموعات الصحف.

ومع ذلك يمكن القول: أن نظرية المسئولية الاجتماعية قد حققت بعض النتائج الإيجابية في بعض دول أوربا ممثل السويد التي قامت بمواجهة حظر سيطرة الاحتكارات على صحافتها بإنشاء نظام لتقديم إعانات حكومية للصحف بهدف المحافظة على التنوع الصحفي، ونجحت هذه المعونات خلال حقبة الستينات في المحافظة على حياة كثير من الصحف الصغيرة في السويد.

ولكن فكرة تقديمم معونات للصحف تم رفضها بشكل واسع في بريطانيا وغيرها من دول أوربا خوفاً من استغلال الحكوممات لها في التدخل فس شئون بريطانيا وفرنسا، لكن هذه القوانين لم تستطيع أن توقف تزايد معدل التركيز والاحتكار، أو أن تحفظ الحياة للصحف الصغيرة.

٤. النظرية الشيوعية: Communist

شهد الربع الأول من القرن العشرين ميلاد نظرية الصحافة الشيوعية، ويعتبر كارل ماركس الأب الشرعي لهذه النظرية متأثراً بفلسفة زميلة الألماني جورج هيجل.

وترتكز هذه النظرية على أن وظائف وسائل الإعلا في المجتمع الشيوعي، كما يقول كارل ماركس هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم وهي بقاء وتوسع النظام الاشتراكي، وأن هذه الوسائل يجب أن توجد لنشر السياسة الاشتراكية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة وجزءاً لا يتجزأ من الدولة، والدولة يجب أن تملك هذه الوسائل وتقوم بتشغيلها، والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، وتسمح النظرية الشيوعية بالنقد الذاتي (ثل الحديث عن الفشل في تحقيق الأهداف الشيوعية).

وتقوم النظرية على فرضية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علماً بكل ماتقو به الحكومة، ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائماً من أجل الأفضل، والأفضل عادة ما تقوله القيادة ويكون متمشياً بطبيعة الحال مع خط النظرية الماركسية، وعلى ذلك فإن كل ماتفعله وسائل الإعلاممم كي تدعم وتساهم في إنجاح الشيوعية يعتبر أخلاقياً في حين أن كل ما تفعله لعرقلة الإنجاز الشيوعي يعتبر غير أخلاقي.

وقد استخدمت النظرية الشيوعية فردات كثيرة للدعاية أكر منها للتنظير العلمي كشعارات تكافؤ الفرص والمساواة والعدالة الاجتماعية والتقدم الثقافي ورفع الاستغلال عن طبقات الشعب العامل، ولقد ثبت عند التطبيق أن كل تلك المفردات هي مجرد لوحات إعلامية لا تغطي إلا الحقيقة التسلطية للحكومة وللحزب الحاكم وأنها كانت شعارات لا تبرق إلا على الورق فقط.

وبانهيار الشيوعية وسقوط الاتحاد السوفيتي في عام ١٩٨٩ على يد الرئي السوفيتي ميخائيل جورباتشوف، تلقى النظرية الشيوعية في الإعلام المصير نفسه.

٥. نظرية المسئولية العالمية والدولية للصحافة:

قدم الدكتور مختار التهامي عام ١٩٥٨ ممشروع دستور دولي للصحافة يمثل نظرية جديدة من نظريات الإعلام يطلق عليها نظرية المسئولية العالمية والدولية مضيفاً بذلك نظرية خامسة إلى نظريات الإعلامم الأربع المعروفة وقتها وهي: نظرية اللطة، والنظرية الليبرالية، نظرية المسئولية الاجتماعية، النظرية الاشتراكية، وتقوم نظرية المسئولية العالمية والدولية للصحافة على مطلب أساسي، وهو أن تخلع الصحافة رداء السلبية عنها، وأن تدخل ميدان المعركة الكبرى بين أعداء الإنسانية وأصدقائها، لكي تلعب الدور الايجابي الذي يحتمه عليها الارتباط الوثيق بين تاريخ الصحافة وبين كفاح الشعوب وتقدمها في مدارج الديمقراطية الحقيقية، وتلقي النظرية على كواهل الأرة الصحفية العالمية مسئولية ضخمة، وتطالبها باسم شرف المهنة الصحفية وباسم الإنسانية وباسم الشعوب التي وثقت فيها واعتمدت عليها ألا تخون هذه الشعوب في هذه المرحلة الحرجة من تاريخ المجتمع الدولي الحدي، بل من تاريخ الجنس البشري بأجمعه وأن تتقدم إليها ابلحقيقة كاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا

الدولي المعاصر وتتحكم في حياة الملايين ورفاهيتهم وتوفير الاطمينان دون مجاملة لأحد أو رضوخ ن أحد.

وقد أطلق على مشروع الدستور الدولي للصحافة الذي أعده الدكتور مختار التهامي في نهاية الخمسينات نظرية المسئولية الاجتماعية والدولية، ويتكون من أربعةأقسام هي:

- أولاً: تصريح صحفي عالمي إلى شعوب العالم يدعو جميع هذه الشعوب إلى اتخاذ مواقف إيجابية مشتركة معينة لتأكيد السلامم والرفاهية العالمية، وهذا التصريح يستمد وجوده من دراسة الحقائق اليساسية والاقتصادية والنفسية الدولية المعاصرة.
- ثانياً: عهد شرف دولي يرتبط به الصحفيون أنفسهم ويستقي مواده من هذي التصريح سالف الذكر، ومن هدي البحث الذي قدمه.

الرذائل الخطيرة المتمثلة في دع وتعزيز أهداف بعض الزعماء والطوائف الذين يتصوفون بالأنانية.

٦. نظرية المشاركة الديمقراطية: Participant Democratic

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الصحافة وإن كانت أضعفها تحديداً فهي تفتقر حتى إلى وجود حقيقي في الممارسات المختلفة للمؤسسات الإعلامية فضلاً غن أن بعض سياستها تتضمنها نظريات الصحافة الأخرى، ورغمم أن وجود هذه النظرية بشكل ميتقل عن النظريات الأخرى ما زال محل خلاف وشك إلا إنها تستحق الحديث عنها بشكل مستقل نظراً لما تمثله من تحديات للنظريات السائدة.

وقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، كما نشأت كذلك كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة ومضادة لمركزية وبيروقراطية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسئولية الاجتماعية، وتوجد هذه النظرية في المجتمعات الليبرالية المتقدمة رغم ارتباطها ببعض العناصر التي تطرحها النظرية التنموية خاصة ما يتعلق منها بالتأكيد على أسس المجتمع والاهتمام بالاتصال الأفقي بدلاً من الاتصال الرأسي من أعلى إلى أسفل، والذي يعني سلبية

مشاركة المتلقي في عملية الاتصال، وهو اتجاه واضح تماماً في الدول الأوربية خاصة إسكندنافيا وبعض الدول الأوربية الأخرى.

ويعتبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من وهم الأحزاب السياسية القائمة والنظام البرلماني الديمقراطي والذي بدا وكأنه انفصل عن جذوره وأنه يعوق المشاركة في الحياة الاجتماعية والسياسية بدلاً من أن يدعمها.

وتنطوي هذه النظرية على آراء معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في أن يوفر فرصاً حقيقية للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن الصحافة الحرة فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تفرغها من محتواها وترى أن النظرية المسئولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها ببيروقراطية الدولة.

وترى هذه النظرية أن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم ينفع نمو مؤسسات إعلامية تمارس يطرتها من راكز قوة في المجتمع وفشلت وسائل الإعلام في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الحياة اليومية للمواطن.

وهكذا فإن فكرة الأساسية في نظرية المشاركة الديمقراطية تكمن في الاحياجات والمصالح والآمال لجمهور متلق نشط في مجتمع سياسي، وهي تهتم بالمعلومات الملائمة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في مجتمعه، وترفض هذه النظرية ضرورة التوحد أو المركزية أو الحياد أو السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، وهي تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مستويات المجتمع.

ويعتقد مؤيدوها أن وسائل الإعلام التي تنشأ في ظل هذه النظرية تعني أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع لسيطرة مباشرة ممن جمهورها وتقدم فرصاً للمشاركة على أساس يحددها مستخدموها بدلاً من الميطرين عليها.

وتتلخص المبادئ الأساسية لهذه النظرية في المر التالية:

- أن للمـواطن الفـرد ولجماعـات الاقليـات حـق الوصـول إلى وسـائل الإعـلام واستخدامها، ولهم الحق في أن تخدمهم وسائل طبقاً للاحتياجات التي يحددونها هم.
- أن تنظيم وسائل ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعاً ليطرة بيروقراطية حكومية أو سياسية مركزية.
- ينبغي أن توجد وسائل الإعلام أصلاً لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدر هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بها أو عملائها أو جمهورها.
- أن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.
- أن وسائل الإعلام صغير الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل المهنية الضخمة التي ينساب محتواها في اتجاه واحد.
- أن الاتصال أهم من أن يترك للمهنيين.

ويتمثل الوجود الفعلي لهذه النظرية في الصحافة السرية، وما أطلق عليه محطات راديو القراصنة والتليفزيون واللاسلكي في التجمعات المحلية ووسائل الإعلام في التجمعات الريفية ومنشورات الشوارع والملصقات السياسية.

ويتوقع البعض أن التطورات التكنولوجية سوف تفتح آفاقاً أرحب أمما هذه النظرية من خلال إتاحة أجهزة النسخ بأسعار منخفشة والوصول إلى مزيد من قنوات الاتصال الإلكترونية، ويتوقع أن يظل تأثير هذه القنوات الجديدة على أوضاع الإعلام القائمة الآن هامشياً خلال المستقبل المنظور.

٧. نظرية التبعية الإعلامية:

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية في حقبة ما بعد الاستقلال كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنواوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة.

ويقول أهم منظري هذه النظرية شيلر وماتللارات وبويد – باريت إن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم نعممل على

تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي وتسهم في إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة المجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي وفي الإطار جاءت جهود اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب ولقد حرصت لجنة ماكبرايد على طرح تصور شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والإعلام حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح اشراك الجماهير في العملية الاتصالية {٣} وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضافاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي.

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي.

إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسيات الإعلامية مسؤولية زطنية في المقام الأول ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية وتصون الذاتية الثقافية.

وأياً كان الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء النتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينات ابتداءً بانهيار الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد وما سمي بعولة الاقتصاد

والسياسة وانتهاء بالثورة التكنولوجية في علم الاتصال والحديث عن عولمة وصراع الحضارات.

-ثالثاً: مشروع اتفاقية دولية ترتبط بها حكومات العالم لتأمين حرية الصحافة.

- رابعاً: طائفة من التوصيات مقدمة إلى الأمم المتحدة وفروعها.

٨. النظرية التنموية:

ليس من السهل تحديد هوية هذه النظرية في عبارة واضحة محددة، فهي لا تزال مجموعة من الآراء والتوصيات الملائمة لكافة وسائل الإعلا ووظائفها في الدول النامية. وتكتسب هذه النظرية وجودها المستقل عن نظريات الصحافة الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية، وتأكيدها على هوية الأمة، ووحدتها وتماسكها، ورفضها التبعية والسلطوية المتعسفة.

وصحافة التنمية – ما يعرفها ليونارد سوسمان – في تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية وهي أيضاً: "استخدام الحكومة لمنافذ الاتصال لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية".

وتتطلب صحافة التنمية من الصحف – مايقول نارينفدر أجارولا – أن تتفحص بعين ناقدة، وتقيم وتكتب عن مدى ارتباط المشروع التنوي بالحاجات المختلفة والقومية، وتتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها على الناس في تصريحات المسئولين وبين آثارها الفعلية.

ويلاحظ التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية وبين الدور الرقابي للصحافة، ففي ظل اليطرة الحكومية يتراجع النقد وتتحول أخبار التنمية إلى دعاية سياسية للحكومة وقيادتها.

ولعل هذا التناقض هو الذي دعا المفكر الإعلامي الانجليزي أنتوني سميث إلى التأكيد على ضرورة التفرقة بين التنممية والاتصال في خدمة التنممية إلا أنه يرى أنه المفهومين يتداخلان في إطار السيطرة الحكومية.

وهو مما يؤكده كالريب راميال حي يشير إلى تساند مفاهيم "صحافة التنمية" و"الصحافة الموجهة" و"الاتصال في خدمة التنممية".

ووفق النظرية التنموية تتلخص مهام وسائل الإعلام في عملية التنمية في النقاط التالية:

- تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية.
- مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة الجديدة قد قامت بالفعل.
- انتهاج سياسات قررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية.
- تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية، مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية ويقوي مركزها.
- الإسهام في تحقيق التكامممل السياسي والاجتماعي، من خلال بحث الصراعات السياسية والاجتماعية، واحباط أصوات التشرذم والتفرقة، والتخفيف ممن التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة.
- مساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية، وتغليب المصلحو الوطنية على المصلحة الذاتية.
- إبراز الإيجابيات وتجاهل السلبيات، وتقليل النقد إلى حجمه الأدنى.

وصحافة التنمية هي النتيجة الطبيعية للصحافة الثورية، حيث إنها تسعى لخلق أمة جديدة وتنميتها، وأن تطبق المثل التي أعلنته في المرحلة الثورية السابقة، بينما الصحافة الورية تكرس نفسها، وبالكامل لمناهضة القوى التي لا يرغب الناس في مجتمع بعينة أن تحكمهم، ومحاولة الإحاطة بها.

ويرى البعض أن الصحافة الورية وصحافة التنمية من بين النتائج الضرورية لمحاولة تحرير بلد من البلاد من السيطرة الأجنبية، وهما يمثلان مصدر فزع لمؤيدي الوضع الراهن والمدافعين عنه، وهذان النمطان من أنماط الصحافة قد يتسمان في بعض الأحيان بالتهاب العاطفة والابتعاد عن الموضوعية بل وحتى الميل إلى الجدل العنيف والعدوانية، وأحياناً يرث هذان النوعان من الصحافة تلك.

المسئولية الصحافية:

أوضحت تجربة الصحافة مع الحرية المطلقة الكثير من الخطاء حيث نجد أن بعض الصحف قد دأبت على نشر أخبار الجريمة والأخبار التافهة وأخبار الفضائح على حساب الأخبار الجادة، كما أن بعض الصحف تخلت عن مبادئ الدقة والصدق فيما

تقدمه من أخبار، وتلاعب بعض الصحفيين بالأخبار لخدمة أغراضه الخاصة، وشغلت بعض الصحف الرأي العا على أساس عاطفي في كثير من القضايا الهامة، واستخدمت الصحف للتشهير بالأفراد والمثولين بعيداً عن مجال مسئولياتهم، وتعرضت الصحف لخصوصيات الأفراد.

من هنا جاءت الدعوة إلى أن حرية الصحافة لابد أن يصحابها التزاات، والصحافة التي تتتع ببعض المزايا بمقتضى الدستور تجد نفسها مضطرة لتحمل مسئولياتها إزاء المجتمع المعاصر.

وهكذا يتضح أن مبدأ "تالحرية الممسئولة" هو الحل الوحيد للمعادلة الصعبة التي تتمثل في النتائج السلبية المترتبة على تقييد حرية الصحافة أو إطلاقها بدون قيود، ويقو مبدأ الحرية المسئولة على أساس حق الصحافة الكامل في التمتع بالحرية بشرط أن تلتزم بالمسئولية الاجتماعية وصالح المجتمع، وبحيث لا يساء استغلال الحرية من قبل صحف تحركها مآرب خاصة على أن توجد في المجتمع ضمانات كافية تجعل هذا الالتزام حقيقة واقعة.

ويشير اسامة سرايا رئيس تحرير صحيفة الأهرام إلى أن هناك ٤ زظائف أساسية تقوم بها وسائل الإعلام، الأولى وظيفة سياسية وتعني إبلاغ المواطنين بكل ما يدور في الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة حيث تصبح وسائل الإعلام جزءاً متداخلاً في العملية السسياسية من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات الثانية الوظيفة التعليمية وتشل تقديم التقارير الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء والمواقف، الثالثة وظيفة المنفعة وتعني تقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث أي أن تكون الصحافة مرآة لما يقع ن الأحدا في المجتمع، والرابعة هي الوظيفة الثقافية وتعني تدعيم القيم والتقاليد والعيير المثالية للمجتمع.

وبالتالي فهناك مبادئ أو مسئوليةResponsibility تقع على كاهل وسائل الإعلام لتحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسؤولة من خلال ٣ مستويات:

١. مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين.

٢. مسئولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي، وهي امتداد للمسئولية الأولى.

٣. مسئولية الإعلامي تجاه نفسه، وذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والوضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع.

ويضيف اساة سرايا أن هناك رأياً يرى أن وسائل الإعلام كثيراً ما تضحي بالجانب الأخلاقي عند الممارسة في سبيل الحصول على الأرباح وتحقيق السبق الصحفي، ويتصادم حق وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات ونقل الثقافة والفنون والعلوم مع حق المجتمع في الحفاظ على بنائه وأنه وقيمه وتقاليده، كذلك حق المواطنين في حماية سمعتهم من القذف والتشهير والحفاظ على أسرار حياتهم، ولكن في رأيي أن الإعلام مظلوم، محسب نظرية الأواني المستطرقة، فالمياه تأتي عليها من كل جانب سواء من الحكومة أو الرأي العام، ون النخب، إلا أن هذا لا يبرئ الإعلامم، ولكن يجب أن ننظر إلى أطراف المعادلة بالكامل، لأن الإعلا هو المتهم الرئيسي.

كما أن أطلاف المعادلة هي القيم التي يجب أن تسود في علاقة الإعلامي بالمؤسسة التي يعمل فيها أو الصادر أو الحكومة أو بالمتهلكين أو بالرأي العام أو الفكرة، وهذه الأطراف هي التي تخلق هذه القيم والتنافس الحاد فسس ومسائل الإعلام، جعل صاحب الصحيفة والسؤول عنها من الأطراف الضعيفة جداً، لأنه يجب أن يلهث في هذا الصدد حتى يكون موجوداً في السسوق، ولكن إذا خرج عن المعايير التي تسود في هذا السوق أو حاول أن يتغل صحيفته ومهنته، سسوف تفشل الصحيفة وتنزوي، وبالتالي لا تكون ذات تأثير كبير، وخاصة أن الإعلام لم يعد مكلفاً، ويصل الآن للجميع، كما أن الميزة الاحتكارية سقطت منذ زمن طويل.

مسئوليات المضمون الصحفي:

الأداة الرئيسية التي تقوم الصحافة من خلالها بالتأثير في الرأي العام هي المضون وذلك من خلال أشكال تحريرية أو لغة مكتوبة يصاحبها صور أو رسوم أو كليهما، لذلك يعتبر المضمون الصحفي هو المحك الأساسي للتعرف على مدى التزام الصحافة بمسئولياتها، ويقسم لويس هودجز المضمون الذي يقدم عبر وسيلة الإعلام - وهي الصحافة هنا - إلى ثلاثة مستويات للمسئولية:

- **المستوى الأول: مستوى الوظائف** التي يقوم بها، والادوار الاجتماعية التي يلعبها، **والصحافة تؤدي ن وجهة نظره** عدة وظائف أساسية هي

- الوظيفة السياسية بإعلام المواطنين بما تفعلها الحكومة والقوى السياسية الأخرى بحيث تغدو جزءاً متكاملاً من العملية السياسية، وهي الوظيفة التي تسمى بوظيفة الرقابة (أو وظيفة الحراسة Watchdog في التعبير أو المفهوم الأمركي الشهير).
- الوظيفة التعليمية بإتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار.
- الصحافة كخدمة لمنح المعلومات المتوازنة الدقيقة.
- الوظيفة الثقافية كرآة للمجتمع والتأكيد على قيمه.
- الوظيفة الاقتصادية لتعريف الناس بالسلع والخدمات.
- وظيفة حفظ إيقاع الحياة للفرد.

ويقدم النقاد البريطانيون وظائف ومسئوليات أخرى للصحافة بجانب وظيفة الإمداد بالمعلومات وهي: إثارة الاهتما بالقضايا العالمية كالبيئة والموارد والسكان ومشكلات التصحر وجرف التربة وطبقة الأوزون، والتصدي للأفكار الشيوعية والنعرات القومية التي تهدد بالحروب وعدم الاستقرار في العلاقات الدولية.

• المستوى الثاني: مستوى المعايير، وهنا يلخص كل من آجي والت وايميري القانون الأخلاقي للصحافة في خمس دوائر متداخلة، وهذه الدوائر من الداخل إلى الخارج كالتالي:

- الدائرة الأولى: الداخلية الأصغر تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة لحراس البوابة (مسئولي المؤسسات الصحفية من رؤساء ومديري تحرير ورؤساء الأقسام) الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى.
- **الدائرة الثانية:** تمثل معايير الوسيلة الإعلانية ومواثيقها الداخلية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولابد أن يستجيب الأفراد في الدائرة الأولى لمعايير المؤسسة في الدائرة الثانية.
- **الدائرة الثالثة:** تتضمن المعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المسئولة عن تنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة وضبطه مثل جمعيات واتحادات الصحفيين والناشرين.

- الدائرة الرابعة: تمثل الفلسفات الإعلاممية الأساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة السلطوية، السوفيتية أو الشيوعية، الليبرالية، المسئولية الاجتماعية وتحت مفهوم المسئولية الاجتماعية توجد واجبات الملاك والمديرين.
- الدائرة الخامسة: وتمثل الحدود التي يضعها المجتمع ويسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.

- المستوى الثالث: مستوى القيم المهنية، وتشمل معايير جمع الأخبار: كاحترام الخصوصية، وتجنب خداع المصادر وصراع المصالح، ومعايير كتابة الأخبار: ثل الدقة، الموضوعية، التوازن، الشول.

التزامات الصحفيين وواجباتهم:

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون من حقوق وضمانات عليهم أن يلتزموا في المقابل بمجموعة من المسئوليات والواجبات أثناء ممارستهم لمهنتهم، وتتمثل تلك الالتزامات والمئوليات في أربعة أنواع هي:

١- الالتزامات والمسئوليات المهنية:

أي الالتزامات الخاصة بطبيعة مهنة الصحافة وأسلوب أدائها وتشمل:

-نقل الأنباء بدقة بدون تحريف أو تشويه، وذكر الحقيقة من غير مراوغة أو تستر لا مبرر له.
- الالتزام قدر الإمكان بالموضوعية والصدق.
- عدم الخلط بين الرأي والخبر.
- الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام.
- احترام أسرار المهنة.

وهناك التزامات خاصة بالمراسلين الذين يعملون في بلاد أجنبية بأن تكون كتاباتهم عن تلك البلاد دقيقة وعادلة.

وهناك بعض الالتزامات المهنية الإضافية يفرضها التطور التكنولوجي، وتتمثل في بعض القواعد التي ينبغي أن يلتزم بها العاملون في بنوك المعلومات مثل:

-الحفاظ على أسرار المهنة والالتزام بعدم التصريح لأحد بالإطلاع على معلومات معينة إلا للمصرح لهم بذلك فقط.

- الحصول على موافقة الشخص الذي يتم تحرير معلومات عنه عدا الحالات التي ترتبط بإجراءات قانونية أو تتصل بالأمن القومي.

٢- الالتزامات والمسئوليات الأخلاقية:

أي المسئوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة ويدخل في هذا:

- التزام الصحفي بمتوى أخلاقي عالي، بحيث يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسئ لمهنته كأن يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام أو من أجل منفعة مادية.
- الامتناع عن العمل مع أجهزة المخابرات لتزويدها بالمعلومات والقيام بأعمال تجسس لحسابها تحت ستار واجباته المهنية، حيث اعتبرت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال (١٩٧٨) هذه العمالة للمخابرات أمراً بغيضاً يمكن أن يقوض المهنة تماماً، وأعلنت اتحادات الصحفيين نراراً أن قيام أعضائها من الصحفيين بأداء خدمات أو قبول مكافآت من أي مصدر غير جهة العمل المعروفة هو تصرف غير أخلاقي.
- احترام كرامة البشر وسمعتهم.
- عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد وجعلها بمنأى عن العلانية.

٣- الالتزامات القانونية:

وهي مجموعة الالتزامات التي يفرضها القانون على العاملين في مهنة الصحافة، ويعاقبهم جنائياً في حالة مخالفتها، ويمكن إجمالها على النحو التالي:

- الالتزام بأحكام القانون.
- الامتناع عن التشهير أو الاتهام بالباطل والقذف والسب.
- عدم انتحال آراء الغير ونسبتها إلى نفسه.
- عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد أي شخص أو مجموعة من الأشخاص.
- عدم نشر أمور من شأنها التأثير في سير العدالة حتى تتوافر الضمانات للمهنيين والمتقاضين في محاكمة عادلة أمام قاضيهم الطبيعي فلا يجوز محاكمتهم على صفحات الصحف قبل حكم القضاء.

- الامتناع عن نشر أنباء جلسات المحاكم الرية.

٤- الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية:

وتعني بها المسئوليات التي يقبل الصحفي طواعية الالتزا بها لإحساسة بمسئوليته الاجتماعية وتتمثل في:

- التصرف بشكل مسئول اجتماعياً، واحترام مسئولية إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه.
- احترام حقوق الإنان ومبادئ التعاون بين الشعوب، والمشاركة في الكفاح من أجل هذه الحقوق.
- عدم الدعاية للحرب أو الحض على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية والتي تشكل تحريضاً على العنف.
- الامتناع عن نشر الموضوعات الخليعة والتي تحرض على الاجرام والانحلالات وتحبذ المخدرات وما إلى ذلك.
- الالتزام بالقيم الثقافية المقبولة للمجتمع.
- مراعاة الصحفي لمسئوليتة تجاه المجتمع الدولي فيما يتعلق باحترام القيم التي اتفق عليها المجتمع الدولي.

وفي هذا الاطار نلاحظ ثلاث نقاط رئيسية تضمها قوائم المحظورات على الصحفيين، وان اختلفت درجة الحظر هذه من بلد لآخر ومن فترة لأخرى، فقد تضيق هذه المحظورات أو تتسع حب ظروف كل بلد وحجم الحرية المتاحة والمسموح بها في هذا البلد، وهذه القوائم تضم:

- **أولاً: الامتناع عن نشر المعلومات المناهضة للمصلحة الوطنية**، ويدخل في هذا الأمور الخاصة بالأمن القومي والأسرار الرسمية التي تحظر كل الدول مهما كان **نظامها السياسي إفشائها.**
- **ثانياً: الامتناع عن نشر المعلومات** التي قد يضر نشرها بالحياة الاجتماعية.
- **ثالثاً " الامتناع عن المعلومات** التي تسئ للحياة الخاصة للأفراد.

وفي بعض الحالات قد تتسع هذه المحظورات لتشمل التحريض على الشغب، الهجوم على الدستور، إهانة رئيس الدولة، الإضرار بالعلاقات مع الدول الأجنبية، نشر الأخبار الزائفة أو المغرضة، الدعاية لتحبيذ الحرب.

والقيود والالتزامات التي قد تفرض على الصحافة تأخذ عدة أشكال هي:

١- الالتزامات القانونية:

وهذه الالتزامات القانونية واء أخذت شكل الوقاية أو الردع ترد في قوانين المطبوعات أو الصحافة وقوانين العقوبات وغيرها من التشريعات التي تنظم عمل وسائل الاتصال، وتأخذ هذه القيود أشكالاً مثل:

أ) قوانين الرقابة، وتأخذ هذه الرقابة صوراً متعددة: رقابة سابقة على النشر ورقابة بعد النشر وقبل التوزيع، وهذان الشكلان يهدفان إلى الوقاية أو المنع، ورقابة بعد التوزيع وهذه تهدف إلى الردع أو التجريم.

ب) منع نشر المداولات القضائية أو بعضها، وحماية حرية القاضي وعدم التأثير على سيره.

ج) بعض القيود لحماية الأخلاق العامة والأسرة والعلاقات الاجتماعية وهو ما يسمى (بحرمة الآداب وحسن الأخلاق).

د) قيود على النشر في القضايا الخاصة بالاحداث (صغار السن) وكذلك فرض نوع من الرقابة على برامج الأطفال ومطبوعاتهم.

هـ) منع نشر المطبوعات أو المواد الإعلامية التي تدعو للتميز العنصري أو العقائدي، ويدخل في هذا القيود التي قد تفرض في بعض البلاد على المطبوعات أو المواد الإعلامية التي تشكل عدواناً على الأديان.

و) بعض القيود على الإعلانات الخاصة بالطب والمنتجات الصيدلية والخمور والمخدرات والسجائر والمراهنات واليانصيب والمضاربات المالية.

ز) قيود على التحريض على ارتكاب الجرائم أو العنف.

ح) تجريم القذف والسب.

ط) فرض قيود على النشر في الأمور الماسة بأمن الدولة أو إذاعة أسرارها.

ي) تجريم الأخبار الكاذبة.

ك) قد تفرض بعض المواد والقوبات على نشر ما يسئ إلى الحكومات الصديقة.

ل) في ظروف الطوارئ قد تفرض بعض الحكومات رقابة سياسية على الصحافة فيما يتصل بالسلامة العامة أو أغراض الأمن القومي.

م) إلى جانب هذه الالتزمات السابقة، هناك بعض القضايا القانونية الخاصة بالإعلام والاتصال مثل القوانين التي تنظم حقوق النشر والتأليف، حق الأداء العلني، التشريعات العمالية، الضرائب، التزامات الاتصال بمبادئ القانون الدولي.

٢- القيود الإدارية أو الإجرائية:

أي الاجراءات الإدارية التي تتمثل في إجراءات دائمة أو مؤقته قد تتخذها بعض الحكومات لتنظيم أسلوب إصدار أو عمل الصحافة وتتمثل في:

أ) عوائق بيروقراطية: مثل فرض تأمين نقدي ضخم على إصدار المطبوعات أو التوسع في الإجراءات الإدارية التي يتطلبها إصدار الصحف، فبينما يكتفي في بعض الدول بمجرد الإخطار الذي يبلغ إلى الجهة الإدارية المختصة، قد يحتاج الأمر في دول أخرى إلى الحصول على ترخيص سابق.

ب) حظر تداول بعض المطبوعات والمواد الإعلامية التي تصدر في الداخل أو المطبوعات والمواد الإعلامية الأجنبية مثل حظر الكتب أو حظر بث برامج معينة أو أفلام معينة، أو حذف أجزاء منها، أو حظر توزيع المطبوعات غير اللائقة، أو التي تصف العنف أو تنشر معلومات طبية عن الأدوية، أو حظر اسنيراد نوعيات معينة من الأفلام والمطبوعات والتسجيلات والبرامج التليفزيونية بغرض حماية القيم الثقافية.

ج) إجازة نعطيل بعض المطبوعات (صحف أو كتب) أو مصادرتها بدعوى المحافظة على النظام أو الدين أو الآداب.

د) إجازة إنذار الصحف أو وقفها أو إلغائها بالطريق الإداري رغم أن هذا المبدأ أصبح نصاً مهجوراً تماماً في كافة الدساتير المتقدمة منذ ما يقرب من مائة عام.

٣- القيود الاجتماعية والاقتصادية:

أي العقبات الخاصة بالظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري ومن بينها الصحافة، وتؤثر عليها، كذلك الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بظروف عمل الوسائل نفسها ومن ذلك مثلاً:

أ) الاحتكار في مجال الاتصال سواء أكانت عامة أو خاصة أو دولية.

ب) عدم كفاية البنى الأساسية للاتصال.

ج) الاتجاهات والمحظورات الثقافية الراسخة.

د) تقاضي بعض الصحف إعانات سرية من الحكومة، وتكمن خطورة هذه الإعانات في سريتها مما قد يقابله تعمد بعض هذه الصحف تضليل الرأي العام دون كشف حقيقة أمرها.

هـ) أن تتركز السطرة على أجهزة الاتصال الجماهيري في يد فئة تتحكم فيها وتتجاهل الفئات الأخرى وتواجه حقها في التعبير عن باللامبالاة.

و) قد يمارس المعلنون سيطرة اقتصادية على وسائل الاتصال الجماهيري، من خلال توجيه المضمون، نظراً لاعتماد هذه الوسائل على الإعلان كمورد رئيسي لتمويلها.

٤- العوائق أثناء ممارسة الصحف ووسائل الإعلام لعملها:

وتشمل المشاكل المتغيرة التي قد تواجه وسائل الاتصال الجماهيري بحرية أثناء الممارسة، وقد لا توضع هذه المشاكل في الحسبان إلا أنها أحياناً تطفو على السطح فجأة، ومن هذه المشكل:

أ) إصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة بأحداث تداولها.

ب) وضع قائمة ببعض المطبوعات (أو غيرها من المواد الإعلامية) الممنوع تداولها.

ج) ممارسة بعض أشكال الإرهاب ضد الإعلاميين كالتهديد والعنف وإدراج أسمائهم في القوائم السوداء، ويدخل في هذا أيضاً معاقبة الإعلاميين الذين لم يلتزموا بالتوجيهات أو التعليمات.

هـ) مقاطعة أعمال بعض الإعلاميين، أو حظر تداول نصوص كتابات معينة لهم.

الإعلام، ورغم ذلك فأهمية مواثيق الأخلاقيات المهنية ترجع إلى أنها تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والمعضلات التي يواجهها أثناء عمله المهني.

وقواعد السلوك المهني قد تهدف لحماية فئة أو أكثر من الفئات التالية:

- حماية المستقبل (القراء والمستمعين والمشاهدين) أي الجمهور عامة.
- حماية العاملين في وسائل الاتصال من المهنيين.
- حماية مصالح ملاك الوسائل (قد يكون هذا المالك شخصاً أو مجموعة مساهمين أو حكومة).
- حماية الذين تقع عليهم المسئولية القانونية عما ينشر من مادة غير مسئولة أو غير قانونية.
- معالجة قضايا المعلنين وغيرهم ممن يشترون خدمات وسائل الإعلام.

ولمواثيق الأخلاقيات أشكال متعددة:

أ) مواثيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها وهي الصحافة والكتب والسينما والمسرح والإذاعة الإلكترونية والاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية.

ب) مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي، الإعلامي، التسلية، الإعلان المباشر أو الممول).

ج) مواثيق تتناول وسيلة واحدة كالصحافة أو الراديو أو التليفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني.

د) مواثيق تتناول جانب معين أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تغطي في الصحافة مثلاً التحرير (الأخبار والأحداث الجارية..) أو الإعلان أو التوزيع أو طرق الترويج.. الخ.

والمواثيق نوعان من حيث مدى الالتزام بالتطبيق:

١. **مواثيق إجبارية أو إلزامية:** وفي هذه الحالة تحمل المواثيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهني أو ينتهكونها، ويدخل في هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة.

٢. مواثيق اختيارية: أي تقوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

ويرتبط ماسبق بطريقة وضع الميثاق الأخلاقي أو ميثاق الشرف المهني:

فهناك مواثيق يصوغها العاملون في وسائل الاتصال، ومن ثم تسعى لخدمة لصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور، هذا من جهة، وهم ملتزمون بتنفيذها باعتبارها تنظيماً ذاتياً لهم من جهة أخرى، بينما هناك مواثيق تفرض على المهنة (من غير العاملين بها) ويكون لها درجات من الفاعلية، وفي هذه الخالة تخدم بشكل أو بآخر الجمهور.

وقد حبذت اللجنة لدراسة مشكلات الاتصال الاتجاه الاختياري لوضع قواعد السلوك الأخلاقي وحرية المبادرة من جانب المهنيين أنفسهم لدعم الجانب الأخلاقي بوضع قواعد سلوك مهني حقيقي.

وبرغم اختلاف الطريقة التي يتم وضع مواثيق الأخلاقيات بها إلا أنها جميعاً تسعى لأهداف محددة تتمثل في:

١. حماية الجمهور من أي استخدام غير مسئول للاتصال أو ضد الأغلاض الاجتماعية له، أو استخدامه للدعاية.

٢. حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا باي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسئولياتها، أو يتعرضوا للاذلال أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم.

٣. المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق العاملين في وسائل الإعلام في الحصول في كل وقت على كل المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة دون التوسع قي تفسير ذلك) بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، وبحيث يصبح في إمكانهم التعبير عن آرائهم (المؤيدة أو المعارضة) باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

وهذه الزوايا الثلاث تشكل بصفة عامة فلسفة مواثيق المهنة، وان كانت هناك بعض المواثيق تصاغ لتصبح أدارة من أدوات الحكومة للرقابة على الصحف.

وعلى المستوى الدولي نوقش هذا الموضوع للمرة الأولى في الأمم المتحدة منذ أكثر من نصف قرن، ففي الفترة بين ١٩٥٠- ١٩٥٢م، أعدت اللجنة الفرعية لحرية الإعلام والصحافة مشروع قواعد دولية للسلوك المهني للعاملين في الإعلام.

وتضمنت مسودة هذا المشروع:

- أن حرية الإعلام والصحافة حق إنساني أساسي من حقوق الإنسان ومحك لكل الحريات التي نص عليها ميثاق الأمم المتحدة والتي جاءت من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. — أن صدق -- التقارير الإخبارية أمر مهم.
- يجب على الصحفيين تجنب السعي وراء مصلحتهم الشخصية أو تأييد المصالح الخاصة المتعارضة مع المصلحة العامة مع التأكيدعلى صدق النية والقصد فيما يقدم للجمهور.
- أن لا يقبل الصحفيون ورجال الإعلام لأنفسهم أو يكلفو غيرهم بأعمال لا تتفق مع أمانة المهنة وكرامتها.
- الحاجة للتصحيح السريع والتلقائي لما ينشر.
- الاحتفاظ بسرية المصادر.
- يجب على الصحفيين الذين يريدون الكتابة والتعقيب على الحوادث التي تقع في بلاد غير بلادهم أن يحصلوا على معلومات تتيح لهم الكتابة والتعقيب بإنصاف وصدق.

نماذج عالمية ومحلية لمواثيق الشرف الصحفي:

بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية عن مبادئ أخلاقيات الصحافة:

وتمت الموافقة على بيان المبادئ هذا بواسطة جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية في اجتماع إدارتهم في ٢٣أكتوبر ١٩٧٥م وهو يعتبر تكملة لبيان قواعد أخلاقيات الصحافة في عام ١٩٢٢م تحت اسم "قوانين الصحافة" وذلك على النحو التالي:

المقدمة:
إن التعديل الأول في الدستور الأمريكي الذي يحمي حرية التعبير من أي تعد عليها عن طريق أي قانون، يضمن للشعب من خلال صحافته حقاً دستورياً، وهكذا فإنه يضع على كاهل الصحفيين مسئولية معينة.

وهكذا.. فإن الصحافة تتطلب من الذين يمارسونها إلا يكونوا مجتهدين وذوي معرفة فقط، بل تتطلب منهم أيضاً محاولة التوصل إلى مستوى من الأمانة والكرامة يتفق مع الالتزام الفريد للصحفي.

ومن أجل هذا الهدف فإن جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية تقدم هذا البيان للمبادئ كنموذج أو معيار يشجع على الوصول أعلى مستوى من الداء الأخلاقي والمهني.

المادة الأولى: المسؤولية:

إن الهدف الرئيسي من جمع الأنباء والآراء وتوزيعها هو خدمة الرفاهية العامة، وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر، والصحفيون والصحفيات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها لدوافع أنانية، أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام.

إن الصحافة الأمريكية حصلت على حريتها لا لكي تقدم المعلومات فقط، أو لكي تصبح مجرد منصة للحوار، ولكن لكي تقدم أيضاً فحصاً دقيقاً ومستقلاً نعمل له قوى المجتمع المختلفة حساباً، بما في ذلك السلطة الرسمية على جميع مستويات الحكومة.

المادة الثانية: حرية الصحافة:

إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب، ويجب الدفاع عنها ضد أي انتهاك أو غعتداء من اية جهة عامة أم خاصة.

وعلى الصحفيين أن يكونوا يقظين دائماً، وأن يتأكدوا من أن كل ما يهم الجمهور يجب أن يتم علانية، وعليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص أو أية جهة تحاول استغلال الصحافة لأغراض شخصية.

المادة الثالثة: استقلال الصحفي:

على الصحفيين أن يتجنبوا التصرفات غير اللائقة أو الظهولا بمظهر غير لائق، وعليهم تجنب أي تضارب في المصلحة أو مايدل على هذا التضارب، وعليهم ألا يقبلو أي شيء، ويسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر أو يبدو أنه يؤثر في كرامتهم وأمانتهم.

المادة الرابعة: الصدق والدقة:

إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة، ويجب بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الإخباري دقيقاً وخالياً عن أي انحياز وأن يكون في نطاق الموضوع، وأن تغطي القصة جميع الجوانب وتنشرها بعدالة، والمقالات والتحليلات والتعليقات أيضاً يجب أن تتمسك بنفس مبادئ الدقة في التعرض للحقائق مثلما تفعل القصة الإخبارية.

أما الأخطاء الهامة في تقديم الحقائق أو الأخطاء التي تنجم عن الحذف فيجب تصحيحها فوراً وفي مكان بارز.

المادة الخامسة: عدم الانحياز الصحفي:

ليس معنى أن تصبح الصحافة غير منحازة أو تسكت عن السؤال، أو أن تمتنع عن الإعراب عن رأيها في مقالاتها، ولكن الممارسة السليمة تتطلب أن يكون هناك فصل واضح بالنسبة للقارئ بين ما تقدمه الصحيفة لتقارير إخبارية وبين الراي، فالمقالات التي تحتوي على آراء وتفسيرات شخصية يجب أن يتعرف عليها القارئ بوضوح في صفحة الرأي.

المادة السادسة: كتابة الحبرية بإنصاف:

يجب على الصحفيين أن يحترموا حقوق الأشخاص الذين لهم علاقة بالأخبار وأن يراعو المعايير المشتركة للأمانة والشرف، وأن يكونو مسئولين أمام الجمهور عن عدالة تقاريرهم ودقتها.

كما أن الأشخاص الذين يتم اتهامهم علناً يجب إعطاؤهم حق الرد في أقرب فرصة.

كما أن العهود التي يقدمها الصحفي بالحفاظ على سرية مصادر أخباره لابد من الوفاء بها مهما كان الثمن، ولهذا السبب يجب إلا يقدم الصحفيون هذه العهود

باستخفاف، وما لم تكن هناك حاجة واضحة وملحة إلى الحفاظ على ثقة المصادر في الصحفي، فإن مصادر هذه الأخبار يجب الكشف عنها.

هذه المبادئ الهدف منها حماية وتقوية رابطة الثقة والاحترام بين الصحفيين الأمريكيين وبين الشعب الأمريكي، وهي رابطة تعتبر أساسية لبقاء منحة الحرية التي ائتمن مؤسسو أمريكا الصحافة والشعب على صيانتها.

ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحافيين:

وقد تم تبني هذا الإعلان من قبل المجلس العالمي للفيدرالية الدولية للصحفيين عام ١٩٥٤م وتم تعديله من قبل المجلس عام ١٩٨٦م، على أن يتم اعتماد هذا الإعلان العالمي بمثابة معيار للأداء المهني للصحافيين الذين يقومون بجمع ونقل وتوزيع المعلومات بالإضافة إلى أولئك الذين يقومون بالتعليق على الأنباء أثناء تناولهم للأحداث:

١. احترام الحقيقة وحق الجمهور في الوصول إليها هو أولى واجبات الصحفي.
٢. خلال أدائهم لعملهم سيقوم الصحافيون وفي جميع الأوقات بالدفاع عن الحرية من خلال التقل الأمين للأنباء ونشرها وكذلك الحق في إبداء تعليقات وآراء نقدية بشكل عادل.
٣. سيقوم الصحفي بنشر تلك الأنباء وفقاً للحقائق التي يعلم مصدرها فقط ولن يقوم بإخفاء معلومات هامة أو تزييق وثائق.
٤. سيستخدم الصحفي وسائل مشروعة للحصول على الأنباء أو الصور أو الوثائق.
٥. سيقوم الصحفي ببذل أقصى طاقته لتصحيح وتديل معلومات نشرت ووجد بأنها غير دقيقة على نحو مسئ.
٦. سيلتزم الصحفي بإتباع السرية المهنية فيما يتعلق بمصدر المعلومات الذي يطلب عدم إفشائه.
٧. على الصحفي التنبه للمخاطر التي قد تنجم عن التمييز والتفرقة اللذين قد يدعو إليهما الإعلام، وسيبذل كل ما بوسعه لتجنب القيام بتسهيل مثل هذه الدعوات التي قد تكون مبنيه على أساس عنصري أو الجنس أو اللغة أو الدين أو المعتقدات السياسية وغيرها من المعتقدات أو الجنسية أو الأصل الاجتماعي.
٨. سيقوم الصحفي باعتبار ما سيأتي على ذكره على أنه تجاوز مهني خطير:

الانتحال، التفسير بنية السوء، الطعن، القذف، الاتهام على غير أساس، قبول الرشوة سواء من أجل النشر أو لإخفاء المعلومات.

٩. على الصحافيين الجديرين بصفتهم هذه أن يؤمنوا أن من واجبهم المراعاة الأمنية للمبادئ التي تم ذكرها، ومن خلال الإطار العام للقانون في كل دولة، وفيما يخص القضايا المهنية على الصحفي أن يراعي استقلالية زملائه باستثناء أي شكل من أشكال التدخل الحكومي أو غيره.

الفصل السابع

الصحافة المتخصصة

الفصل السابع

الصحافة المتخصصة

لقد ساعد إنتشار التعليم والتطور العلمي وظهور البريد ووكالات الانباء في منتصف القرن التاسع عشر علي إنتشار الصحف وظهور ما يعرف بالصحف الشعبية.

فكان من الطبيعي أن يزداد انتشار الصحافة مع ازدياد التعليم ومع التطورات التي واكبت العالم في مختلف المجالات السياسية والعلمية والثقافية ونشأت لدي القراء اهتمامات الخاصة إضافة إلي الاهتمامات العامة التي تعمل الصحافة علي التعبير عنها، ومن هنا ظهرت الحاجة الي وجود صحافة متخصصة تلبي الاحتياجات الذاتية لدي القارئ حتي قيل أننا نعيش الان في عصر الصحافة المتخصصة.

سجلت الدراسات الاعلامية التاريخية أن أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام ١٦٦٥ بأسم (العلماء)، وذلك في عصر النهضة ومعني هذا ظهور الصحافة المتخصصة جاء مرادفاً لظروف كل عصر نشأت فيه. بيد أنه يمكن اعتبار القرن التاسع عشر هو المرحلة الحقيقية الجديدة، فظهور الملاحق التي تفرغت عن الصحف الكبيرة في فرنسا، يمثل بداية الصحافة المتخصصة الحديثة

والواقع أن الصحافة المتخصصة، وإن كانت سمة من سمات العصر فقد كانت سمة من سمات الصحافة في نشأتها الأولي فالصحافة كغيرها من الفنون والصناعات والمهن دخلت عالم التخصص والتنويع من منذ زمن بعيد، حيث بدات الصحافة بعد ظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر للميلاد متخصصة في أخبار النبلاء والسياسين وتحركاتهم، وأخبار الأسواق وحركة المال والبورصة. ومع الظهور والتقدم العلمي والتكولوجي دخلت الصحافة طور المرحلة الشعبية، واصبحت تهتم بالمرأة أو الطفل أو الفنون أو الاداب أو العلوم أو الهوايات المتعددة وهكذا، ويتفرع عن كل نوع من هذه التخصصات فروع أكثر تخصصاً يتولد عنها فروع أخري شديدة التخصص.

وقد توارت الصحافة المتخصصة بعض الوقت لتفسح المجال أمام الصحافة الشعبية التي حرصت علي أن تخصص في صفحاتها أبواباً ثابتة حول شؤن الحياة المختلفة من فنون وآداب وما يخص اهتمامات الناشئ في عصر معين ومجتمع بذاته ثم عادة

الصحافة المتخصصة مرة اخري الي الساحة من جديد مع التطور الانساني والتطور العلمي منذ أواخر القرن الماضي وبداية القرن العشرين، حتي اصبحت للصحافة المتخصصة جمهورها الذي يختلف عن جمهور الصحافة العامة فهو أكثر اهتماماً وتنوعاً، ونتج عن هذا زيادة حجم الاعلانات في هذا زيادة حجم الاعلانات في الصحف حيث جذبت الصحافة المتخصصة إعلانات لا تتوافر للصحافة العامة كما اضافت فنوناً جديدة في الاخراج والتحرير الصحفي كي يتلاءم مع نوعيات التخصص وجمهوره. ونظراً لأهمية هذه الصحافة ،فقد طرأ في السنوات الاخيرة تطور هام في الصحافة العامة اليومية والاسبوعية، حيث بدأت الجرائد والمجلات في تقديم أبواب وأركان أو صفحات متخصصة مثل (صفحات المرأة والفن) والدب والاقتصاد والسياسة والرياضة والعلوم والسينما والمسرح والاذاعة والتلفزيون..الخ)

وتتزايد هذه الصفحات المتخصصة يوماً بعد يوم في الصحافة العامة، حتي صارت تحتل النسبة الغالبة من صفحاتها، كذلك بالنسبة للصفحات المتخصصة في الصحف والمجلات الاسبوعية حيث ظهرت في الاونة الاخيرة بعض المجلات المتخصصة في مجالات مختلفة مثل (الاهرام الرياضي، نصف الدنيا، أخبار الحوادث، أخبار الادب، أخبار النجوم... الخ).

أهمية الصحافة المتخصصة:

يري خبراء الصحافة أن الصحافة المتخصصة الان أصبحت تمثل فرعاً هاماً من فروع الصحافة المتخصصة. ويستند هؤلا علي أن مفهوم الصحافة المتخصصة والصفحات المتخصصة في الصحف العامة، علي أعتبار أن الصفحات المتخصصة في الجرائد اليومية والمجلات الاسبوعية العامة تشكل جوهر الثقة العامة التي يحصل عليها المواطن العادي القارئ للصحف.

ويعترف تقرير دولي هام لمنظمة اليونسكو بأهمية وازدهار الصحافة المتخصصة في الوقت الذي تتزايد فيه مصاعب الصحافة العامة، حيث يذكر ان الصحافة الدورية تنقسم الي بصفة عامة الي قسمين رئسيين مطبوعات ذات اهتمامات عامة واسعة تستهدف التوزيع الجماهيري، ومطبوعات تخاطب جمهوراً من نوع خاص وخلال السنوات الاخيرة تعرض النوع الاول منها الي لصعوبات متزايدة بسبب ا لمصاعب المالية،

وقد فشلت صحف دورية عديدة ذات توزيع جماهيري علي إمتداد العشرين سنة الماضية، في حين اذدهرت بصفة عامة ذات الاهتمام الخاص والتي تخاطب جمهوراً بعينه.

ويؤكد التقرير نفسه علي أهمية الصحافة المتخصصة، حيث يقررانها تقوم بما هو اكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب، وتسعى مثل هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز الإبداعية في كثير من المجالات مثل السياسة والآداب، والفنون والأعمال والتجارة وعلوم الطبيعة والحياة والتكنولوجيا ووسائل الإتصال ويخدم قطاع كبير من هذه الدوريات الإهتمامات الثقافية والترويحية عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات من القراء.

ورغم أن الإهتمام بالصحافة المتخصصة يبدو جلياً في الدول المتقدمة بسبب تقسيم العمل والتخصص الدقيق في المجتمعات المتقدمة، إلا أن السنوات الأخيرة شهدت تزايداً ملحوظاً في إهتمام الدول النامية بالصحافة المتخصصة، خاصة في المجالات ذات الإهتمام الجماهيري الواسع، مثل الرياضة والمرأة والفن، وبدرجات أقل في المجالات الثقافية والمجلات العلمية ذات الطابع الأكاديمي البحت، ولعل ما صدر في مصر في الآونة الأخيرة من مجلات متخصصة في مجالات مختلفة ذات طابع جماهيري دليل على ذلك.

مفهوم الصحافة المتخصصة:

يمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها الصحيفة أو المجلة أو الدورية التى تعطي أكبر قدر من اهتمامها لفرع واحد من فروع التخصصات التى يهتم بها نوع معين من القراء، بحيث يكون معظم نشاطها في جميع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات تدور حول هذا الفرع وقد يعطي هذا النوع من الصحف نسبة قليلة من اهتمامها على موضوع غير الموضوع الذي تخصصت فيه، كأن تكون مجلة تعني بالأدب وتكتب موضوعاً واحداً من بين عشرات الموضوعات عن السياسة، وهذا الاستثناء لا ينفي عن الصحيفة كونها متخصصة.

كما يمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها هي الصحافة التي تعني بجانب واحد من اهتماماتها القراء في التطلع نحو المعرفة والاستزادة منها، وهي ليست صحافة للعامة أو المجتمع كله، وانما هي قاصرة على قطاع معين من القراء.

وظائف الصحافة المتخصصة:

تتعدد وظائف الصحافة المتخصصة التي ينطبق عليها وظائف الصحافة بشكل عام، وهي الإعلام والتثقيف والتسلية وهذه الوظائف الثلاثة تسهم بها الصحافة المتخصصة بصورة أكثر عمقاً. فهي تقدم الأخبار والمعلومات الجديدة في المجال الذي تكتب فيه سواء أكانت صحافة نسائية أم صحافة أطفال أو آداب وفنون أو صحافة عمالية أو رياضية أو غير ذلك من الانواع المختلفة من الصحافة المتخصصة، ذلك أن الخبر الخبر هو العنصر الصحفي الأول الذي على الدورية أو المجلة المتخصصة ان تبرزه.

وقد جاء هذا التعدد في الوظائف وهذا العمق في التناول والتغطية من زيادة إنتشار الصحف المتخصصة نتيجة وود إهتمامات خاصة لدى القراء من ناحية ونتيجة التطورات التى واكبت العالم في مختلف المجالات ومنها ما يتعلق بمجال الصحافة وفنونها الطباعية مما جعل من الضروري على الصحافة أن تعبر عن هذه الإهتمامات العامة كذلك مواكبة التطور والتقدم العلمي والتكنولوجي، وخاصة في مجال الطباعة الأمر الذي اقتضى ضرورة وجود صحافة متخصصة بوظائف متعددة تزيد عن وظائف الصحافة العامة لكي تلبي الاحتياجات الذاتية لدى القارئ والتى تتزايد بمرور الوقت كما وضح في المستوى الثالث ومستوى تخصص التخصص في بعض العلوم وما يتطلبه هذا التخصص من إمكانات يجبر بها الصحافة المتخصصة أن تزيد من وظائفها وتعمق من تغطيتها وتناولها للحدث.

ويمكن تحديد وظائف الصحافة المتخصصة كما يلي:

- تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم فئة معينة من القراء سواء أكانوا متخصصين أم لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية، ويدخل في هذا النوع من الأخبار والمعلومات ما تنشره الصحف والمجلات المتخصصة في مجال العلوم

والتكنولوجيا والرياضة والنقد الأدب يمكن أن تقوم الصحيفة أو المجلة المتخصصة بدور الكتاب أو المحاضرة.

- المساعدة علي التربية والتثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية، وخاصة بالنسبة لصحافة الأطفال والشباب وذلك عن طريق تقديم أفكار مبتكرة وجديدة وتعمل على توسيع المدركات وتشجيع الرغبة في الإبتكار لدى النشء.
- إحاطة القراء بتطورات العصر الذي يعيشونه ودوافعه في مختلف أنحاء العالم العالم بنشر أحدث الأبحاث والمبتكرات في مجال التخصص سواء أكانت أموراً تهم المرأة مثل الأزياء والموديلات وفنون الديكور أو ما يستجد من نشاطات في مجالات الرياضية بفنونها المختلفة.
- إعطاء الفرصة للمتخصصين والخبراء للإقتراب من القراء وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة وبما يحقق فائدة أكبر وعدم الاقتصار على الصحفيين الذين يلمون إلماماً عاماً بالموضوع الذي يكتبون فيه وهذا لا يلغي دور المحررين بل يصنع صحفيين متخصصيت وفقاً لنوع الصحافة وتخصصها التي يعمل فيها.
- تجديد فنون الإخراج الصحفي وأساليبه، إذ أن كل تخصص يحتاج إلى اسلوب إخراج مجلة للأطفال أو مجلة رياضية أو مجلة أدبية أو عملية، فلكل نوع من هذه المجلات أسلوبه وفنونه الخاصة سواء من ناحية استخدام الألوان والصور وعدد الأعمدة وغير ذلك من الأساليب الخاصة بالإخراج الصحفي.

فنون التحرير والإخراج الصحفي في الصحافة المتخصصة:

تختلف فنون التحرير الصحفي في الصحافة المتخصصة تبعاً لنوع التخصص، فالدوريات التي تصدر خصيصاً للأطفال تختلف في تحريرها وأبوابها وإخراجها عن تلك التي تصدر للمرأة أو للأزياء أو الرياضة أو للأدب والعلوم.

كما يختلف مجال الصحافة المتخصصة للأطفال في كثير من جوانبه عن مجال الصحافة العامة المتخصصة لغيرهم من البالغين الراشدين، المتنوعين في تخصصاتهم وأعمالهم المتباينة في إحتياجاتهم الفكرية والثقافية وأمتعتهم العامة وأساليب تسليتهم وتناولاتهم العامة لمختلف جوانب الحياة.

وهذه الإختلافات وغيرها تقتضي بطبيعة الحال صحفيين متخصصين لهذا النوع من الصحافة واختيار نوعيات خاصة من الممارسين في الكتابة والرسم وتخطيط الصفحات فنياً من متخصصين متميزين في هذا المجال الدقيق لهذه الفئات المتميزة المختلفة من القراء الأطفال.

وعلى هذا تلعب الألوان والصور والرسوم البيانية التوضيحية ورسوم الكاريكتير وفنون الطباعة المختلفة من اختلاف الأحجام والمقاسات والوضع الذي يوضع لتخطيط كل نوع من هذه الصحافة دوراً هاماً في إبراز شكل الصحيفة أو المجلة وغلافها الذي يجب أن يكون ملائماً لنوع التخصص مادة وجمهوراً.

وينافس مخرجو الصحافة المتخصصة أياً كان نوع تخصصها في ابتكار الأنماط والأساليب الجديدة في فنون التحرير الصحفي، ولا يعتمدون على المدارس التقليدية في الإخراج، ومن هنا تظهر أساليب جديدة تقوم على الإبتكار والتجديد وأول ما يسأل عنه مخرج المجلة أو الصحيفة هو نوع المادة الصحفية والهدف الذي تسعى إليه وعلى ضوء هذه المعلومات يبدأ مخرج الصحيفة أو المجلة في وضع الماكيت وإعداد الموتيفات وتكليف الرسامين لإعداد رسوم معينة تتفق مع طبيعة المادة الصحفية المنشورة وطبيعة الجمهور الموجهة إليه.

ونسوق هنا مثالاً تطبيقياً يتناسب مع طبيعة الصحافة المتخصصة من ناحية التخصص في الجمهور الموجه ومن حيث المادة الصحفية.

فنجد صحافة الأطفال بالحجم الصغير واستخدام الألوان على الغلاف وفي الصفحات الداخلية ويستعان بالرسوم على إعتبار أنها مصورة، لأن الرسوم تثير الخيال وتشحن مقدرة الأطفال وتنمي مواهبهم ويمكن القول بأن هذه المقاسات والأحجام تختلف من أطفال مرحلة إلى أطفال مرحلة أخرى، ولا يكون هذا الإختلاف من حيث المقاس والأحجام فحسب، بل من حيث نوعية التحرير ومستواه وذلك لإختلاف مستوى الإدراك والفهم بين أطفال مرحلة من مراحل الطفولة عن غيرها.

كذلك تتميز الصحافة الرياضية كنوع من الصحافة المتخصصة عن غيره من التخصصات الأخرى وبخاصة إذا كان هذا التخصص في مستواه الكامل (تخصص في المادة الصحفية وتخصص في الفئة أو الجمهور).

فيتميز فن التحرير في الصحافة الرياضية عن غيره من التخصصات الأخرى باعتباره أقرب أنواع الصحافة إلى الجماهير، وتعتبر الصحف والمجلات الرياضية أكثر أنواع الصحافة العامة والمتخصصة توزيعاً. لذلك فإن فنون الإخراج الصحفي في الصحافة الرياضية تختلف هي الأخرى عن غيرها من أساليب ومدارس الإخراج فيغلب عليها الإثارة سواء بإستخدام الألوان والصور والعناوين وذلك نظراً لطبيعة الرياضة وما تثيره لدى الجماهير، فالعناوين بارزة، والإسلوب يتخلله بعض الكلمات العامية التي يفهمها العامة فاستخدام السجع والصور الشعبية والكلمات البسيطة الدارجة والاعتماد على الإثارة هو الإسلوب الذي يغلب على الصحافة الرياضية.

ومن العرض السابق يتبين مفهوم اصطلاح الصحافة المتخصصةإذ أنها تقوم على ركنين أساسيين **هما**:

الأول: المادة الصحفية المتخصصة.

الثاني: الجمهور المتخصص من القراء.

وعلى ضوء هذا الفهم، يوجد نوعان من الصحف المتخصصة، **وهما**:

النوع الاول: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء فالصحيفة النسائية أو الطبية أو الإدارية أو الرياضية تقدم مادة متخصصة لقراء متخصصين.

النوع الثاني:الصحف التى تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحف الرياضية أو الصحف الفنية تقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص.

ويدخل ها النوع من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية العامة والمجلات الإسبوعية العامة.

الصحافة النسائية:

تعتبر الصحافة النسائية أقدم الإشكال الإعلامية المتخصصة في مجال إعلام المرأة حيث برزت في بداية الأمر صفحات خاصة بالمرأة من خلال الصحف والمجلات العامة، وسرعان ما أصبح للمرأة صحف خاصة بها تهتم بقضاياها وتعالج مختلف المشاكل التي تواجهها في حياتها.

وإن كانت المجتمعات الغربية قد سبقت المجتمعات العربية في إصدار المجلات والصحف النسائية إلا أن المرأة العربية قد عرفت الصحافة منذ أمد بعيد وشاركت في تحريرها بأسماء مستعارة وقد لعبت الأقلام النسائية دوراً كبيراً في الدعوة إلى تحرير المرأة وتوعيتها وتعليمها وتنبيهها إلى اهمية دورها ومشاركتها في مجالات الحياة المختلفة.

مفهوم الصحافة النسائية:

الصحافة النسائية هي التي تعالج قضايا المرأة ومشكلاتها وشئونها، حتى لو عمل بها أو أصدرها رجال وليست هي الصحافة التى تملكها.

دور وواجبات الصحافة النسائية:

الإعلام الحقيقي للمرأة لا يعني إصدار صفحات ملونة بأحدث صيحات الموضة أو نصائح الإعتناء بالبشرة أو مستخدمات التجميل ولا يخفى على أحد أهمية دور الصحافة المتخصصة الموجهة للمرأة سواء أكانت ربة بيت أو عاملة أو مثقفة أو متعلمة، حي أنه أ؛د الوسائل أو الأساليب التى تعمل على ضمان الحقوق الإجتماعيةوالإقتصادية للمرأة وحمايتها من الأخطار الإجتماعية التى تهدد كيانها أو تضعف وجودها وقيمتها ومشاركتها في المجتمع.

ويمكن أن توضح أبر اهتمامات وواجبات الصحافة المتخصصة الموجهة للنساء فيما يلي:

١- ضرورة التأكد على احترام القيم والأخلاق والمعتقدات والأعراف الإجتماعية في نظر المرأة نفسها ونظر الآخرين إليهما بما لا يهدر حقوقها أو يسئ إلى وضعها الإجتماعية.

٢- ضرورة التأكيد على مشاركتها الضرورية ومساهمتها في قضايا العمل العامة والتمتع بحقوقها في التعليم والعمل والإنتاج والتنمية ودورها في بناء المجتمع وغعداد أجياله جنباً إلى جنب مع الرجل.

٣- إرشاد المرأة والفتيات وتوعيتهن بعدم الإنقياد وراء الدعوات الزائفة التى تحاول التقييد حريتها بالتبرج الصارخ والأزياء الخليعة والتشبه بالرجال وغير ذلك من الممارسات التى تزين طريق الإنحراف بدعوى الحرية والتطور والتحضر.

٤- العمل على تثقيف المرأة وتوعيتها بالمعاني الصحيحة للتحضر والتمدن وتوضيح معاني الأصالة والهوية العربية والإسلامية وزيادة معرفتها بالأفكار الجديدة بوعي يساعدها على تطوير حياتها وحياة أسرتها في مجالات رعاية بيتها وأبنائها وأسرتها ومجالات التدبيروالإقتصاد المنزلى والتجميل وشئون المرأة العاملة وكل ما يترك آثاراً ملموسة على حياتها.

٥- تقديم النصائح والإشادات وبالأسس العلمية الصحيحة في التعامل مع المواقف المختلفة وذلك خلال سرد القصص والخبرات والتجارب الشخصية ونصائح الخبراء وعلماء النفس والتربية والغجتماع بما يعين المرأة على إستخلاص العبر والدروس والإستفادة منها.

٦- الدعوة المستمرة للمرأة للتمسك بالعادات والتقاليد السامية والتخلص من التقاليد الضارة ومحاربة القيم الإستهلاكية والمستوردة والزائفة.

٧- تقديم الموضوعات الصحفية التى تقدم مزيداً من الفهم والتعاون المتبادل بين الرجل والمرأة باعتبارها عنصران مكملان لبعضهما في المجتمع من أجل تحقيق حياة أفضل في المجتمع.

٨- الإهتمام بالقضايا الخاصة بالمرأة وبأقلام الخبراء والمتخصصون والدعوة على مساعدتها على أداء دورها في المجتمع وتسليط الأضواء على النماذج المشرفة للمرأة في المجتمع.

٩- تسليط الأضواء على المنظمات والهيئات والاتحادات النسائية والاهتمام بقضاياها وعلى برامجها وانشطتها في الداخل والخارج من اجل المرأة.

١٠- الإستفادة من تجارب العلماء والمتخصصين في شتى المجالات ذات الصلة بالمرأة كعلم النفس والتربية والاجتماع والطب والقانون والرياضة والتغذية وغير ذلك.

ومرت الصحافة النسائية بعدة مراحل وتطورات حتى أصبح للمجلة النسائية شكل ومضمون يميزها وتشكلت لدى القارئ توقعات مسبقة حول محتواها.

والمتتبع للصحافة النسائية منذ نشأتها يجد أنها كانت تعالج موضوعات متعددة تعالج شؤون الأسرة وقضاياها فقد كانت القالات التي تنتشر بالمجلات أو الصحف العامة تتناول موضوعات عمل المرأة وتعليمها والزواج بالإضافة إلى تاريخ وسير

السيدات، كما كانت المجلات تخصص جزءاً للتدبير المنزلي من طهي وتنظيف ومعاملة الخدم وتنشئة الاطفال والتطريز، كما كانت هناك فقرات موجزة للأخبار الخاصة بشئون المجتمع، وبريد القراء، وقد سعت رئيسات التحرير لتميز مجلاتهن بإضافة أبواب خاصة عن الصحة والعادات والسفر وموضوعات أخرى.واهم موضوعات الصحافة النسائيةهي:

١- شئون الموضة والأزياء:

عن طريق المتابعة المتميزة لابتكارات بيوت الأزياء العالمية والمحلية واختيار التصميمات المناسبة للقارئات على إختلاف طبقاتهن وهذا لا يعني فرض ذوق المجلة أو محررة شؤون الأزياء والموضة بالصحيفة أو المجلة بل يجب إشراك القارئات في الإختيار عن طريق عمل إستطلاع رأي القارئات.

والصحافة النسائية تمكين أو تقديم العديد من الخدمات في هذا المجال عن طريق إرشاد القارئة إلى كيفية حياكة الأزياء ونوعية الأقمشة ووضع القارئات في توافق مع الحياة العصرية.

٢- شؤون التجميل:

ومحرر شؤون التجميل (غالبا تكون محررة) تعلم جيدا أن المرأة تقضي وقتاً طويلاً أمام المرآة ويكون دورها هنا كخبيرة التجميل لكل قارئة، وتقدم لها من الإرشادات التي تساعدها على الإختيار كذلك فيما يتعلق بالتسريحات الجديدة والعطور واستخداماتها فالصحافة النسائية أيضاً تستطيع أن تساعد المرأة على إكتشاف الماكياج المناسب لشخصيتها ولبشرتها ولعمرها.

٣- شؤون المطبخ:

يجب ان تكون التغطية الصحفية لشؤون المطبخ في الصحافة النسائية مرشدة للمرأة وتساعدها في اختيار الأطعمة الأكثر فائدة لجسمها ولأفراد أسرتها، ولا مانع من مهاجمة التغطية لمحاولات رفع أسعار بعض السلعوتوجيه الدعوة للمتخصصين بمراقبة الأسعار وماولة ضبطها لصالح الأسر المحدودة الدخل.

ونظراً لأن التكنولوجيا المنزلية تتقدم يوماً بعد يوم، وتقدم العديد من الإبتكارات التي توفر الكثير من جهد المرأة ووقتها، فعلى الصحافة النسائية ضرورة متابعة هذه المبتكرات وان تعرف بها المرأة وأن ترشدها إلى كيفية استخدامها والاستفادة منها.

٤- شؤون الأثاث والديكور:

نظراً لان المرأة هي التى تختار أثاث منزلها عند الزواج، وهي التي تقوم بتجديده بعد الزواج وهي التي تقوم بترتيبه وتنظيمه، ووضع اللمسات الشخصية تستطيع الصحافة النسائية من خلال صفحاتها تقديم العديد من الخدمات في هذا المجال، فهي تقوم بدور خبير الأثاث بالنسبة للقارئات.

ويمكن للصحافة النسائية هنا الاستعانة بفريق متخصص من خبراء الأثاث والديكور لإرشاد القارئات إلى الأثاث المناسب لإمكاناتهن المادية، والملائمة للحياة العملية العصرية في الوقت نفسه لتوجيه القارئات إلى كيفية تزيين المنزل وتجميله وللصحافة النسائية دور كبير في متابعة الإبتكارات المستمرة في هذا المجال والعمل على تطوير المفاهيم المتعلقة بحجم المنزل وعدد الغرف بما يتلاءم وإسلوب الحياة العصرية مع مساعدة القارئات على كيفية الاستفادة من المساحات المحودة للمنزل الحديث.

٥- شؤون الزواج وعلاقة الرجل بالمرأة:

وعلاقة الإثنين بأفراد الأسرة وعلى الصحافة النسائيةالاهتمام بتلك الموضوعات والمشكلات التى تواجه علاقة الزوج بالزوجة بهدف إقامة جسر من التفاهم بين الزوجين، وألا تهمل مشاكل الرجل وتهتم بالتوجه إليه فهم يقرأ المجلات والصفات النسائية من اجل مزيد من الفهم لأحوال المرأة وشخصيتها كما يجب على الصحافة النسائية الناجمة الاهتمام بمشاكل الأولاد وتربيتهم والعلاقة بين الآباء وأبنائهم وكيف تكون هذه العلاقة.

٦- شؤون المرأة العاملة:

لقد فرض دخول المرأة لميدان العمل وتقلدها مناصب عديدة ومنها مناصب مرموقة إن جعل هذا الوضع للصحافة النسائية مسؤوليات جديدة ولا بد منها أن تشجع المراة على إرتياد مجالات عمل جديدة كانت من قبل حكراً على الرجل وعلها أن تثبت أن

دخول المرأة ميدان العمل مهم للمجتمع وأن تقدم نماذج ناجحة من النساء العاملات وأن تعمل على مساعدة المرأة على إقامة علاقات متوازنة مع زملائها الرجال والنساء وان تقدم لها خدمات في هذا المجال ولا تنسى الصحافة النسائية دور المرأة العاملة في الريف.

٧ـ القضايا الإنسانية للمرأة:

علي الصحافة النسائية الاهتمام بقضية الأمية بين النساء وخاصة في الريف والتي لا تزال تحد من مساهمتهن في التنمية كذلك تركز تغطيتها علي قضية مشاركة المرأة العاملة في الحياة السياسية والحزبية والثقافية لأن المشاركة الفعلية الجادة في نشاط النقابات والحياة الاساسية هي أساس العمل الديمقراطي السليم وأساس العمل الديمقراطي السليم وأساس تحرير المراة من الركود الذهني والفكري.

٨ ـ قضايا الطفولة:

فلا بد من اهتمام الصحافة النسائية بالاهتمام بقضايا الطفولة عندنا خاصة بعد أن خرجت معظم الامهات الي العمل وأصبحت حياة أطفالنا تعاني من فراغ تربوي ومعرضة للانحرافت بسبب النقص في التوجيه والأشراف.

٩ ـ قضايا الفتيات والشباب:

تعبر مرحلة المراهقة والشباب من اخطر ا لمراحل التي يمر بها أبناونا وبناتنا، نظراً لما يتعرض له أبناء تلك المرحلة العمرية من عوامل هدم تحيط بهم من كل جانب وهنا يأتي دور صحافة المرأة والطفل والاسرة التي يجب أن تخاطب هؤلاء بالمنطق والوعي بمتطلبات هذه المرحلة وإحتياجاتها، وأن يتعامل المحرر والمحررة مع هؤلاء الاطفال والشباب بمنطق الابوية والامومة والصداقة وأن تسعي الصحافة النسلئية للاستعانة بالخبراء في مجال علم النفس والاجتماع والصحة النفسية أو الطب النفسي لمشاركة أوليا الامور معالجة مشكلات هذا الجيل ووضع الحلول لكي يلمسو بصدق مشاكلهم ويترك لهم الفرصة للتعبير عنها والمشاركة في حلها محرر الصحافة النسائية.

وهناك قضية أختلف حولها أساتذة الصحافة والاعلام وهي من اقدر علي العمل بصفحات ومجلات المرأة والأسرة ؟!

للإجابة على هذا السؤال نلقي نظرة موجزة على محرر الصفحات النسائية فيما سبق.

ويرى البعض ان المرأة أقدر على الإحساس بالمشاكل الحقيقية للمرأة وعلى التعبير عن إحتياجاتها واهتماماتها ومشاعرها بينما يرى آخرون أن الرجل هو الأقدر لأنه يراها من كافة أبعادها ولا يعتمد إبراز محاسنها أو إخفاء عيوبها ، وبذلك فهو أكثر جرأة وموضوعية في التصدي لمشكلات المرأة وقضاياها.

ويرى فريق ثالث أنه لا يوجد فرق بين الرجل والمرأة في الكتابة في صحافة المرأة والأسرة فالمهم أساساً الإستعداد والصدق والقدرة على التعبير والإحساس بالمشكلات فمعيار مدى الكفاءة في التعبير والدقة في العرض. والمشاركة في الحوار فالحياة قائمة على المشاركة بين الرجل والمرأة ولكلٍ دوره في المجتمع والأسرة وهناك عدة آراء عن مشاركة المرأة بصفة عامة في الكتابة الصحفية العامة توضح أن دراسات عدة قد أجريت لمعرفة تأثير وجود صحفيات على المضمون الصحفي وتوصلت لعدة نتائج منها:

١- زيادة أعداد الصحفيات أثر تأثيراً لإيجابياً بحيث تقدم الصحافة بكتاباتها صوراً أكثر إضافة للمرأة وأرجعت ذلك إلى أن المرأة الصحفية تتعاون مع زملائها ويؤدي إلى تحسين الصور التي تقدم عن المرأة وتطرح موضوعاتها جديدة عنهن.
٢- وقد بررت الباحثة كاى مايلز(Kay Milles) هذه النتيجة بإجرائها دراسة مقارنة الصفحة الأولى في جريدة (نيويورك تايمز) خلال يناير وفبراير١٩٩٤م، والصفحة الأولى للصحيفة نفسها خلال شهر يناير وفبراير١٩٦٤م يهدف التوصل إلى التغيرات التي حدثت في المضمون للصفحة وتوصلت إلى زيادة الموضوعات الخاصة بالمرأةعام ١٩٩٤م عنها عام ١٩٦٤م وأرجعت هذه الزيادة ونوعيتها إلى تزايد أعداد المرأة الصحفية.

كما تفسر (مايلز) هذه النتائج بأن تغيير المناخ الصحفي سمح للمرأة الصحفية وبعض الصحفيين الرجال أن يشكلوا جماعات ضغط داخل صحفهم من أجل إعطاء مزيد من الاهتمام الصحفي بقضايا المرأة.

كما أشار جودريك (Goodrich) في دراسته عن اثر التواجد النسائي على عمق التغطية الأخبارية أن المرأة الصحفية تكون أكثر حماساً في تناول الموضوعات التي تخص المرأة.

كما تعرضت بعض الدراسات لموضوع تأثير نوع الصحفي(رجل أو إمرأة) على تغطية الموضوعات الصحفية بهدف التعرف على حساسية المرأة الصحفية نحو موضوعاتها وموضوعات معينة والإختلاف بينها وبين الرجل الصحفي وتوصلت إلى أن المرأة الصحفية تختلف عن الصحفي الرجل في إتجاهاتها نحو اهمية موضوعات رعاية الطفل وتنشئته وأقل أهمية في الموضوع الاهتمام بالتساوي في الأجر، كما أوضحت الدراسات أن المرأة الصحفية تهتم بعناصر مختلفة في القصص الخبرية، حيث تعنى بالإجابة على تساؤلات لا تثير إهتمام زميلها الصحفي.

والواقع العملي يؤكد أن عمل المرأة والرجل في صفحات المرأة والأسرة ضرورة فهناك من الموضوعات والقضايا التي تحتاج للمحررة أكثر من إحتياجها للمحرر، بينما هناك قضايا يكون المحرر أقدر على تناولها، وعلى الرجل والمرأة التعاون من أل صحافة أفضل وأشمل لتغطية مجالات المرأة والأسرة.

وهناك عدة صفات وشروط يجب أن تتوافر في محرر شئون المرأة والأسرة:

١- أن يكون أو تكون متمتعة بوعي تاريخي بوضع المرأة المصرية والعربية، وهذا الوعي يجعل المحرر في هذا المجال قادراً على تلمس قضايا المرأة الحقيقية.

٢- التمتع والإدراك السليم لأهم قضايا النساء ومشكلاتهن وكيفية إيجاد الحلول المناسبة لها، وان يكون لبقاً بحيث يعرف كيف يدافع عن القضايا النسائية في كلمات قليلة مقنعة.

٣- التحلي بالموضوعية والتحرر العقلي وأن الرجل والمرأة سواء لا يتمايزان أحدهما عن الآخر إلا بقدر ما ينتجه لوطنه.

- الإيمان برسالة المرأة كربة منزل وأم وكزوجة ورسالتها كعنصر إنتاجي في المجالات العلمية والعملية.
- التحلي بالذوق السليم في الكتابة واختيار الألفاظ المعبرة عن حياة المرأة.
- معرفة أهمية دور الإعلام النسائي وقواعده السابق ذكرها والعوامل التي تؤثر فيه، وان يتخذ من هذا العمل رسالة سامية من أجل بناء مصر وإستعادة وجهها الحضاري.

- معرفة تامة بتاريخ المرأة المصرية، وأهم المنظمات والتجمعات النسائية في المجتمع المصري ومدى مساهمات المرأة في الحياة السياسية والإقتصادية ومجالات الحياة المختلفة.
- عدم التركيز في الكتابة على بعض الموضوعات دون غيرها مثل الصحة والجمال فقط وأشغال البيت وإدارته والطفل بل التركيز على الثقافة النسائية العامةللمرأة.
- أن تفهم احتياجات الفتيات تحت العشرين من حيث تفهم المرحلة العمرية التي يمرون بها واحتياجاتهم لكي يساعد الأب والأم على تلبية تلك الإحتياجات بما يحقق حياة أفضل.
- أن يكون حاصلاً على دورات تدريبية في ميدان الكتابة في الصحافة النسائية بما يسهم في تزويدهم بالمهارات اللازمة لأداء عملهم وتطويره وبالقيم المرغوب التأكيد عليها عند التوجه لجمهور المرأة.
- أن يكون لديه قدرات إتصالية متميزة ويتمتع بقدرة إقناعية عالية تسهل مهمته الصحفية.
- الإحساس بمسئولية الكلمة التي يكتبها وتقوي حجتهم ومصداقيتهم فيما يتناولون قضايا ومشكلات تدور في المحيط الأسري والمجتمعي.
- الإحساس بخصوصية المرأة والأسرة العربية ووضعها وعاداتها وتقاليدها ودينها.
- أن تتأكد تماماً من مصادر المعلومات والمصادر البشرية التي يلجأ إليها لتغطية الأنشطة والإهتمامات النسائية حتى لا ينتقلون نقلاً أعمى من تقارير ودراسات بعيدة عن واقعنا.
- ضرورة تحديد الجمهور المعني بالكتابة الصحفية والذي سيتوجه إليه لأنه يشكل في النهاية طبقة المضمون الذي سيوجه للمرأة والأسرة.

الإنتقادات الموجهة للصحافة النسائية:

سطحية، تسويقية، ليست واقعية، صفراء، وأحياناً كثيرة هي الإتهامات **والإنتقادات الموجهة للصحافة** ليست النسائية العربية حالياً، فهناك من يقول أنها تهتم **بالشكل للمرأة** على حساب المضمون متصلة مخاطبة الغرائز الاستهلاكية على

مخاطبة العقول، وهناك من يحاول إنصافها بالإشارة إلى ان مشكلاتها ترتبط إرتباطاً لصيقاً بالواقع السياسي وإحباطاته والبعض يراها صحافة صفراء.

صحافة الأطفال:

يتفق علماء النفس والاجتماع ورجال التربية على مدى خطورة وأهمية الأثر الذي تتركه قراءة الصحف في السنوات الاولى من حياة الطفل، وذلك من ناحية قدرتها على تشكيل ذوقه وتكوين شخصيته.

ولما كانت صحف الكبار قد وصلت إلى مرحلة التخصص الدقيق، فإن صحافة الأطفال بدورها قد وصلت إلى هذا المستوى. فنجد في الدول المتقدمة موجهة لمراحل العمر المختلفة، كما فرض التطور العلمى والتكنولوجي ظهور الصحف والمجلات في كافة التخصصات المعروفة.

ويقال ان أول صحيفة للأطفال أصدرها بين ١٧٤٧- ١٧٩١. في فرنسا أديب لم يفصح عن إسمه واتخذ إسماً مستعاراً له وهو (صديق الأطفال) وأطلق الإسم نفسه على الصحيفة وقد نقل عن طريق صحيفته إلى الأطفال الفرنسيين قصص الأطفال في البلدان الأخرى من اللغات المختلفة وبذلك إستطاعت أن تسد فراغاً كبيراً من ميول الأطفال، وأن تشبع رغبتهم في القراءة المسلية الممتعة بعيداً عن النصائح والإرشادات الأخلاقية التعليمية وكانت هذه الصحيفة بعثاً لحركة الكتابة للأطفال.

ولكن اكثر الذين يتحدثون عن نشأة صحافة الأطفال يذكرون أن صحافة الأطفال نشأت في بداية القرن التاسع عشر، وقد ظهرت أول صحيفة في العام ١٨٣٠م في فرنسا وهي (Le Journal De Junes Personas)"صحيفة الشباب" ثم تلتها(Le Semite Des Enfant)، وقد نشأت هذه الصحافة لمواجهة التطور الذي أصاب طباع الأطفال ممن يستطيعون القراءة وتذوقها، بالإضافة إلى إزدهار الصناعة والتطور الذي أصاب آلات الطباعة مما سهل عملية إنتاج المجلات المصورة المرسومة الملونة الرخيصة الثمن وفي نهاية القرن التاسع عشر ظهرت صحافة الأطفال في الولايات المتحدة الامريكية أول ما ظهرت على هيئة ملاحق توزع مع صحف الكبار وصدرت هذه اللاحق للإستفادة من آلات الطباعة وعدم توقفها، فقد أجرى جوزيف بولتزر(Joseph Pulitzer) تغييراً في صحيفة النيويورك وورلد(New York World) بأن بدأ في نوفمبر ١٨٩٣م بإصدار أول

ملحق مصور في مكان ظاهر منه على رسم بريشة الرسام (Outcall) توضح مغامرات أحد الأطفال في شوارع مدينة نيويورك.

ومنذ بداية القرن العشرين بدأت صحف الأطفال تنتشر بصورة تجعلها تتميز في كل بلد عن الآخر فاتخذت الدول الشيوعية مثلاً لونها الأحمر في صحافتها ووضعت أن الجانب الأمريكي ظهرت الصحافة فيه على شكل مغامرات لمسلسلات مرسومة بأبطالها الأفراد وذوي القوة والمال والجاه، وفاز الإسلوب الأمريكي في معرفة صحافة الأطفال وانتشرت المسلسلات وعرفهم كل أطفال العالم ومنهم (طرزان، وميكي، وسوبرمان، وفلاش جوردون.....الخ).

ومن جهة أخرى فقد صدرت إلى جانب الهزليات عدة صحف خاصة بالأولاد(Boys Life) وأخرى بالبنات (The American Girl) كذلك بعض الصحف الدينية والمجلات التجارية (Miss American) بل ظهرت صحف للأطفال الصغار محبي المغامرات.

وكان لانتشار السينما أثره الفعال في الاهتمام بالصورة مادة أساسية في صحف الأطفال ومن ثم انتقل الاهتمام إلى غيرها من دول العالم. وما لبثت الحرب العالمية الثانية أن نشبت فظهرت صحف مليئة بمشاهدة العنف والقسوة والرعب وبدأ علماء النفس يتدخلون وظهرت المجلات الهادفة في عدد من دول العالم حتى وصل عدد الصحف للأطفال في الستينات من القرن العشرين إلى ١٥٨ صحيفة.

أما في فرنسافقد اخذت تلك الدولة نموذجاً لدول الغرب المهتمة بصحف الأطفال وتاتي صحيفة سبيرو(Spirow) وتان تان (Tin Tin) على رأس الصحف الموجهة للأطفال من ناحية التوزيع سواء في داخل فرنسا أو في غيرها من دول أوروبا.

وقد ظهرت صحف كثيرة للأطفال في أماكن مختلفة إلا أن هناك ظاهرة واضحة لاحظها البعض تمثلت في اختفاء معظم هذه الصحف الموجهة للطفل والتي بدأت بداية قوية واختفت بعد ذلك جريدة الأطفال الإنجليزية(Children Newspaper) التي صدرت عام ١٩١٩م بحملة دعائية كبيرة حيث بلغ توزيع العدد الأول منها ثلاث أرباع المليون من النسخة (٧٥٠ألف نسخة) وكانت تهتم بأنباء العالم المصورة وأخبار الاختراعات الجديدة وحاولت أن تحمل الصغار على أن يروا في العالم مغامرة كبيرة، كما كانت تجيب على أسئلة القراء واستمرت على خطها الثابت طوال العشرينات والثلاثينات عبرت

خلالها كثيراً من المتاعب والإضطرابات والقلق، حتى انخفض توزيعها نتيجة وجود مشكلة دائمة لديها وهي خلق قراء جدد.

وهناك من يقول أن هبوط توزيع الجريدة يرجع إلى عدة أسباب أخرى منها وجود التلفزيون بما يحتويه من برامج مغرية للأطفال مما يجعله مزاحماً خطيراً كذلك كان إسم الصحيفة نفسه عقبة كبيرة حيث ان المراهقين وكثير من الفتيات والفتيان في سنوات ما قبل المراهقة يكرهون ان يدعوا أطفالاً وطلب الكثير منهم تغيير إسمها، وحاولت الصحيفة ذلك إلا ان توزيعها استمر في الهبوط حتى توقفت عام ١٩٥٦م بعد ٤٦ عاماً حافظت فيها على مستوى رفيع في التحرير والإخراج.

أما بالنسبة للصحافة الموجهة للأطفال في ألمانيا فقد ثبت أنها كانت تختلف اختلافاً كبيراً في الجمهوريتين الشرقية (الديمقراطية) والغربية (الإتحادية) سابقاً ففي ألمانيا الديمقراطية توجد دار نشر خاصة بإصدار صحف ومجلات للأطفال وعددها ثلاثون، وتهتم بمختلف مراحل العمر كذلك فيما يتعلق بالمحتوى الموجه للأطفال من قصص ممتازة إلى قصص خيالية ومغامرات مع قيامها بتوزيع جوائز وهدايا تدعو إلى التفكير والإبتكار وتتوخى تحقيق اهداف تربوية، بالإضافة إلى ما يخص بالكتابة العلمية المبسطة.

وتشرف على هذه الدار منظمة الشباب التي تقع في حيز تنظيمها وتحقق أهدافها وتعمل بالاتساق معها وكثيراً ما تنشر صحف الأطفال في ألمانيا تعليقات على الأحداث الثقافية الجارية كالأفلام والمسرحيات وبرامج التلفزيون، وكثيراً ما يكتب عن الشباب والأطفال وعن الأفلام والموضوعات التي يرونها مناسبة لهم.

وفي اليابان نجد ان دور النشر المتخصصة بها تحرص على مراعاة التوجه للمراحل العمرية المختلفة بدقة، بمجلات تخاطب الصبيان والبنات أو مجلات تخاطب البنات ومجلات تخاطب كل الميول والاهتمامات منها المجلات الفنية والعلمية والرياضية حتى سن ١٨ سنة.

وهناك تجارب رائدة حديثة في مجال تحرير مجلات الأطفال وانتاجها في عدد من الدول التى لها باع كبيرة في مجال صحافة الأطفال.

تجربة بريطانيا في مجلات الأطفال:

يقول السيد براو جيرلنج (Brough Gerling) الرئيس السابق لتحرير مجلة الأطفال (Young Telegraph) التي تصدر ملحقاً إسبوعياً لصحيفة الديلي تليجراف البريطانية وتوزع حوالي مليون نسخة أن التجربة البريطانية.

في هذا المجال تعتبر محدودة وقاصرة إذا ما قورنت بالتجربة الفرنسية وحدد الأسباب وراء ذلك في:

- قلة عدد مجلات الأطفال في بريطانيا بشكل عام.
- شراء مجلات الأطفال لا يشكل عادة لدى قطاعات كبيرة من الأسر البريطانية.
- اهتمام الأطفال في بريطانيا خلال المراحل الماضية بمشاهدة التلفزيون وبرامجه ومجلاته.
- انتشار الطبعات الشعبية من كتب الأطفال.
- ظهور دوائر المعارض الخاصة بالإطفال

كما أوضح التطور التاريخي لإنتاج مجلات الأطفال في بريطانيا وعرض خلال ذلك أهم المجلات التي صدرت حتى الوقت الحاضر، ويمكن تلخيص هذه الخطوات فيما يلي:

١- المجلات الفكاهية المصورة (Comics) التى لا تهدف للإضحاك وإسعاد الأطفال وهي في رأيه لا تحتوي على أي مواد تربوية إلا أنها تشجع القراءة فيها.

٢- ظهور مجلة النسر (Eagle) ويقوم الأطفال بقص الرسوم وتركيب الأشكال فيها واستمرت في الصدور لمدة تزيد على الخمسين عاماً ولها اهدافها التربوية لإشباع ميول الأطفال من الجنسين.

٣- ابتداء من عام ١٩٦٠م إتجه الأطفال بصورة متزايدة لمشاهدة التلفزيون ومتابعة برامجه ومجلاته التي تقدم به.

٤- ظهور الطبعات الشعبية من كتب الأطفال والتي عالجت الموضوعات الأدبية والمعلومات.

٥- ظهور الملحق الإسبوعي لجريدة الديلي تلغراف (Telegraph young) وقد بدأ هذا الملحق في الظهور منذ عدة سنوات، وكان الهدف الأساسي من إصداره هو خدمة أطفال الأسر التي تقرأ الصحيفة.

٦- أصدرت صحيفة التايم البريطانية مؤخراً ملحقاً أسبوعياً للأطفال ولكنه لا يحتوي إلا على القصص المصورة فقط.

٧- كما أن هناك مجلة حديثة للأطفال سن ما قبل المدرسة إسمها أيام اللعب (Play (Days

هذا بالإضافة إلى ان بريطانيا قد شهدت عدة محاولات لإخراج مجلات جيدة للأطفال، أهمها مجلة (Jump) ولكنها توقفت والسبب الرئيسي في ذلك أنها لم تجد منافسين في نفس المضمار، مما لم يساعد على تنمية السوق حولها وهذا نقيض الحال في فرنسا وألمانيا على حد قوله اللتين تتمتعان بسوق قوية لمجلات الأطفال.

التجربة الفرنسية في مجلات الاطفال:

إن لفرنسا باعاً طويلاً في نشر مجلات الاطفال، فهناك دور نشر كبيرة ومتعددة يؤمن أصحابها بالدور الهام الذي يمارسونه في حياة الأطفال ونموهم في مختلف أرجاء العالم ويرون أن القائمة المكتوبة التي تدعمها الصورة يمكن أن تصبح وسيلة توقظ في الاطفال الإحساس بقيمة الذات منذ سنواتهم الاولى وهم يعتبرون الطفل شخصية لها كيانها وسوف تنمو لكي تصبح شاباً يتمتع بذات حرة.

وتنتشر هذه الدور مجلات متنوعة للأطفال وتخاطب مختلف مراحل العمر حيث يعلق الآباء أنفسهم أهمية كبرى على القائمة المكتوبة، وهذا هو سبب إصدار دور النشر ومنها دار نشر بايرد برس عدة مجالات لكل مرحلةعمرية واختيار الموضوعات التي تهم كل مجموعة على نحو خاص.

وتختار دور النشر أفضل المتخصصين العاملين في المجالات التي يودون معالجتها مما جعلهم يصدرون مجلات متنوعة مجلات للقراءة، مجلات غير خيالية، مجلات اللغة الإنجليزية، المجلات الدينية، مجلات الأنشطة.

التجربة اليابانية في مجلات الأطفال:

يدهشنا أن نعرف أن في اليابان مجلات للأطفال تخاطب مراحل العمر المختلفة:

- من ٨ شهور إلى ١٢ شهراً.
- من ٢ سنة إلى ٣ سنوات.
- من ٣ سنوات إلى ٥ سنواتٍ.

وهذه المجلات تزينها الرسوم والصور الملونة والمعبرة، والتي يتفاعل معها الطفل الصغير وينفعل بها وبألوانها وأشكالها البصرية، كما تقوم بمهمة عقد علاقة وثيقة بين الطفل والورق وتدريبه على تقليب الصفحات وعلى سبيل المثال تصدر دار نشر شيكوشا(Shiko- Sha) مجلة شهرية لأطفال الحضانة من سن ٣ إلى ٦ سنوات وتوزع ١٨٢ ألف نسخة وهذه المجلات وغيرها يراها علماء الطفل في اليابان بأنها ضرورية للنمو العقلي والنفسي.

كما تصدر مؤسسة شوجاتكن (Shogatukan) ٤٧ مجلة لأطفال ما قبل المدرسة وللمرحلة الإبتدائية ومجلات اخرى لهواة الموسيقى توزع ١٥٠ ألف نسخة، إضافة للمجلات الثقافية العامة للأطفال ٦- ١٢ سنة والمجلات التعليمية لسن ١٢- ١٨ سنة وفي ضوء هذه التجارب يتضح حرص أن قضية تطور مجلات الأطفال الموجهة لكل شريحة من العمر والتي تخاطب الإهتمامات والميول المختلفة، من قضايا المجتمعات المتقدمة ولق أصبح التطور في مجلات الأطفال من ناحية العدد والشكل والمحتوى إنعكاساً لتطور مستوى الطباعة المذهل ويتمشى مع الإندفاع التكنولوجي الخطير.

وفي ضوء هذا أيضاً يتضح حرص الدول المتقدمة على أن تقدم للأبناء صحافة متطورة للأطفال باعتبارها أداة ثقافية هامة ينبغي أن يعنى بها عناية فائقة وبإعتبارها ركناً وأداة أساسية من أدوات التثقيف، بل مؤسسة بناء الشخصية الإنسانية المتعلمة التي تتميز بالمرونة.

بداية صحف الأطفال في مصر.. وتطورها:

يلاحظ على الصحف التي صدرت في المجالين العامي ومصر والتي صدرت في تلك الفترة أنها ليست مجلات للأطفال بالمعنى المتعارف عليه الآن. كما ان هناك ظاهرة واضحة في بداية صحف الأطفال سواء في مصر أو في العالم وهي الغالبية العظمى من بداية هذه الصحف تم إصدارها في شكل صحف مدرسية تشرف عليها هيئات تعليمية و شخصيات عامة تربوية.

وكانت هذه الصحف تهدف إلى غرس المعلومات العلمية والأدبية والفنية في أذهان التلاميذ.

ولعل السبب الرئيسي الذي ربط بين هذه الصحافة وبين المدرسة عامة، أن مفهوم المسئولين عن صحافة الطفل كان مقصوراً على التعليم والعلم والتربية، فكانت هذه الصحف تزخر بأخبار المدارس والإمتحانات ومحاولات تبسيط العلوم والمعارف المتعلقة بمناهج مدرسية معينة وبخاصة ما يتصل بالمرحلة الأولى من التعليم.

وعلى هذا الأساس يمكن إعتبار صحيفة روضة المدارس المصرية أول الصحف التي تخدم تلاميذ المدارس، واقتصر توزيعها عليهم وقد أقلوا على قراءتها منذ صدورها في أبريل عام ١٨٧٠م، وكانت تصدر مرتين شهرياً ويطبع منها ٣٥٠ نسخة، ثم تضاعف الطبوع منها بعد فترة قصيرة وأنشأ روضة المدارس وتولي الإشراف عليها رفاعة رافع الطهطاوي ورأس تحريرها ابنه علي فهمي.

أشكال صحافة الأطفال:

تتراوح أعمار القراء الصغار الذين يطالعون صحف الأطفال ومجلاتهم عادة بين السادسة أو السابعة وبين الثالثة عشر أو الرابعة عشر، كما يقبل المراهقون حتى سن السادسة عشر على مطالعة مجلات الأطفال كذلك اصطلحت بعض الدول على تسمية هذه الصحافة "صحافةالنشء" ولكن ذلك لم يحل دون إعتبار من هم دون السادسة قراء يستطيعون متابعة نوع معين من الصحف، وهي الصحف المصورة التي قد تنعدم فيها الكتابة تماماً أو تقل إلى أقل عدد ممكن من الكلمات.

وتعرفها الأستاذة نعمة الباز بأنها المطبوعات التي تتوجه أساساً للأطفال وأن اختلفت الكتابات في تحديد سنوات العمر التي تمتد خلالها مرحلة الطفولة، وهي أن كانت متوجهة إلى الأطفال إلا أنه يحررها الكبارونحن نرى أن هذا لا يمنع أن يشارك الأطفال في تحرير صحفهم ومجلاتهم.

كما عرف الأستاذ عبد التواب يوسف صحافة الطفل بأنها مجموعة الصحف والمجلات التي تصدر خصيصاً للأطفال، وهي أداة في أيدى الكبار لتثقيف الصغار وفتح النوافذ على عالمنا وإيصالهم بها عن طريق الجد والصبر بل أنها أيضاً مجالاً لتدريب الأطفال على تقديم إنتاجهم، أدبياً كان او فنياً.

وصحافة الأطفال قد تعني الصحف الصادرة لهم والمجلات، وربما يراها البعض تلك المجلات التي يصدرونها في المدرسة سواء أكانت تطبع أم تعلق على الجدران وبعض الأطفال قد يصنعون لأنفسهم مجلاتهم.

وصحافة الأطفال الصحف والمجلات أداة في يد الكبار لتثقيف الأطفال وفتح نوافذ لهم على عالمنا وإيصالهم به عن طريق الخبرة المصورة والمعلومة والتحقيق الصحفي إلى آخر ما تحويه الصحيفة أو المجلة بل أنها الصحافة دائماً مجال يتدرب فيه على تقديم إنتاجه وتعبيره الأدبي والفني وهي ايضاً ترد على رسائله إذا تضمنت إستفسارات أو صعوبات أو مشكلات تواجهه.

مفهوم صحافة الأطفال:

فهناك محاولات عدة جرت لتعريف مجلات الأطفال وقد إهتمت بعض المحاولات بإبراز خصائص مجلات الأطفال ومميزاتها واهم وظائفها. ومن أبرز هذه الحاولات ما قدمه أحمد نجيب وسامي عزيز ١٩٧٠م ويعقوب الشاروني، والتي تتفق جميعاً على أن مجلات الأطفال تجمع بين مظاهر الكتاب ومظاهر الصحيفة إذ أنها تاخذ من الكتاب عمقه ومميزاته وتأخذ من الصحيفة دورتها ومظهرها الجذاب وبذلك تفادي تسرب الملل إلى نفوس الأطفال وتصدر عادة كل إسبوع مما يتيح لها اللقاء الإسبوعي معهم من خلال رسائل القراء والرد عليها ونشر صورهم وتقديم الألغاز الإسبوعية ونشر الأخبار المختلفةورعاية هوايات الأطفال ومواهبهم وتنميتها وما إلى ذلك.

بينما اهتمت بعض التعريفات بإبراز دور القائمين على تحرير مجلات الأطفال وخصائص الجمهور الذي تتوجه إليه، ومن أبرز هذه التعريفات تعريف هادي نعمان الهيتي ١٩٨٨م، وعد التواب يوسف ١٩٨٨م، حيث إتفقا على ان مجلات الأطفال تتوجه إلى الأطفال ويحررها الكبار وهي المجلات أداة في يد هؤلاء الكبار لتثقيف الأطفال وفتح نوافذ لهم على العالم وإيصالهم به عن طريق الخبر والصور والمعلومة والتحقيق الصحفي إلى آخر ما تحتويه المجلة.

فمجلة الطفل الحديثة ماهي إلا كتاب دوري يجمع بين مظاهر الكتاب التقليدي ومظاهر الصحافة الحديثة، وبعبارة أخرى فالمجلة تأخذ من الكتاب عمقه ومميزاته كمجموعة من الدراسات والبحوث وتهدف إلى توسيع مدارك الطفل وتنمية معارفه

وهي دائماً مجال يتدرب فيها الطفل على تقديم إنتاجه وتعبيره الأدبي والفني وهي ترد على رسائله أن ضمنت استفسارات أو صعوبات أو مشكلات تواجهه وهي في ذلك تأخذ من الصحيفة دوريتها ومظهرها الجذاب وطريقتها الشائعة في عرض الموضوعات والدراسات. بينما يشير عبد الفتاح أبو معال إلى أن صحافة الأطفال هي " المجلات المتخصصة" بأدب الأطفال وعلومهم وثقافتهم، ويشرف عليها إما القطاع الخاص أو العام.

وفي مفهومنا أن صحافة الأطفال هي الصحيفة(مجلة او جريدة)أو ركن او صحيفة أو مجلة للكبار، تصدر لجمهور معين، بأفكار معينة، تستهدف جوانب التربية والإمتاع وإشباع حاجات الطفل، ويحررها مجموعة من المحررين الواعين بأمور الأطفال.

خصائص صحافة ومجلات الأطفال:

تعتبر مجلات الأطفال وصحفهم الباب السحري إلى عالم القراءة الواسع الرائع فمع المجلة يختار الطفل لنفسه ما يقرأ ويدع ما لا يريد فهي من أقوى وسائل تكوين الإتجاهات المختلفة وبقدر ما يكون تأثير المجلة إيجابياً إذا كانت موادها ملائمة لاحتياجاته بقدر ما يكون تأثيرها سالباً إذا أسئ اختيار موادها.

لذا تتمتع مجلات الأطفال بالعديد من السمات والخصائص التي تميزها وتجعلها متفردة بهذه الخصائص التي تجعلها ذات تأثير قوي على الطفل:

١- أنها تتمتع بجميع الميزات التي تميز وسائل الإتصال المطبوعة إذ تيسر للطفل فرص الإختيار من بين المجلات المتاحة في مجتمع أو بيئته وتتيح له إمكانية التحكم في ظروف التعرض إذ يتاح له قراءتها في أي وقت أو ظرف يشاء، كما يمكن أن يستغرق الوقت الذي يناسبه في القراءة حسب مقدرته اللغوية وقدرته على الفهم وأن يعود إليها متى شاء.

٢- تعتمد على تصوير المعاني وتجسدها من خلال الكلمة المطبوعة النابضة بالحياة والجاذبية عن طريق تحويل الصفحات إلى لوحات فنية ذات جمال ومعنى يناسب قدرات الأطفال على إستخدام أعينهم وتيسر لهم القراءة وتنمي قابليتهم على التذوق الفني وتكوين صورة ذهنية إيجابية.

٣- تتميز المجلة بالدورية والانتظام التي تتيح لها أن تجمع بين مظهر الكتاب التقليدي ومظاهر الصحيفة الحديثة، وهذه الدورية أو الانتظام تساعد على تكوين علاقة ثابتة بين الطفل ومجلته والمجلة بمرور الوقت تتحول إلى صديق له إذ تنشأ بينه وبين شخصيات المجلة وأبطالها وكتابها علاقة شخصية حميمة ويرسم لهم في ذهنه صوراً ويثق فيهم ويتفاعل معهم.

٤- تتميز مجلات الأطفال بمظهرها الجذاب وطريقتها الشيقة في عرض الموضوعات مما يشجع الطفل على القراءة المتأنية التي تؤثر في أعماقه وذلك من خلال اعتمادها بشكل أساسي على الصور باختلاف أنواعها (فوتوغرافية، رسوم ساخرة، توضيحية) مع ما تتميز به الصورة من لغة يستطيع الأطفال مهما إختلفت مستويات ذكائهم وتعليمهم فهمها.

٥- تتميز مجلات الأطفال بإحتوائها على قدر معين وهادف من المعلومات المترابطة التي تهدف إلى توسيع مدارك الطفل وتنمية قدرتها.

٦- تتميز مجلات الأطفال بالاسلوب الذي تنشر به الموضوعات من حيث السلاسة والبساطة والفكاهة والإثارة وهو من الجوانب التي تجذب الأطفال للمادة المكتوبة والتي تشترك مع الصورة في إبعاد الطفل عن الإصابة بالملل

٧- تتميز أيضاً باللغة المستخدمة فيها من حيث البساطة والوضوح بما يتناسب مع قدرات الطفل العقلية وتتناسب مع عمره وقاموسه اللغوي

٨- تتميز بإستخدامها للالوان الزاهية التي تعطي للمجلة بريقاً يجذب إنتباه الأطفال ويشجعهم على قراءة موضوعات المجلة.

٩-تتميز مجلات الأطفال بمخاطبتها لمرحلة عمرية محددة في حياة الطفل.

١٠- تعطي مجلات الأطفال دون غيرها إهتماماً خاصاً بالهدايا والمسابقات وتعتمد عليها بشكل أساسي في زيادة التوزيع وجذب قراء جدد.

أهداف صحافة الأطفال:

الهدف الأساسي الذي تسعى إليه المجلات هو الظفر بالقراء والمجلات تنتعش وتهمر متى حققت هذا الهدف فإن كثرة في ذلك خرجت من السوق فالقراء هم الذين يكفلون للمجلة البقاء في السوق وهم يدفعون جزاء من التكاليف مباشرة بشرائهم

المجلات، أما الجزء الباقي فيرد من المعلنين الذين يريدون إبلاغ رسالتهم الخاصة إلى القراء عن طريق المجلة فإن لم يكن هناك قراء فلا وجود إذن للمعلنين.

لذلك تستطيع مجلات الأطفال أن تضطلع بتحقيق عدد الاهداف إنطلاقاً من الهدف السابق وهو الظفر بالقراء وتتضح هذه الأهداف فيا يلي:

١- غرس حب القراءة لدي الطفل وفتح شهيته علي تذوق ما يقرأ.

٢- تشجيع الطفل علي حب البحث والاكتشاف وتنمية القدرة علي الابداع والابتكار وذلك بشرح مبسط للاشياء المختلفة التي يمكن أن يستعملها.

٣- إمداد الطفل بمختلف المعلومات في شتي مجالات المعرفة مما يعينه علي فهم الواقع وإدراك مايحكمه من قوانين كما تهدف علي التركيز علي الدور الهام لتثقيف الطفل ونقل التراث الثقافي إليه.

٤- تهدف إلي مساعدة الاطفال علي إدراك الأدوار الأجتماعية المختلفة وتنمية أحساسهم والرغبة الحقيقية في مشاركة الاخرين في الوقت الذي توكد فيه علي أهمية دور الفرد في المجتمع.

- **تنمية الذوق الجمالي والتذوق الفني عند الطفل** إذ تساعده علي تكوين حاسة تذوق الادب والفن الذي يقدم له وتذوق مظاهر الجمال من حوله ويمكن إستغلال الرسوم الكاريكاترية والملونة لتحقيق هذا الهدف.
- **الكشف عن قدرات الاطفال ومواهبهم** وذلك بنشر إنتاجهم من رسم وقصة ونشر وشعر ومقال، وبكل مايسهم في إطلاق خيالهم في تشجيع مواهب الأطفال وطاقاتهم الإبداعية وتشجيعهم علي التفرد والاصالة للاسهام في تطور بيئتهم.
- **ونظراً لكون المجلة وسيلة ترفيهية للطفل** فهي تهدف الي مساعدة هذا الطفل علي شغل وقت فراغه وتسليته بطريقة مهذبة وجادة تبعث في نفسه المرح والتفاؤل.
- **تنمية القاموس اللغوي للطفل** بتنمية بعض المفردات والكلمات والالفاظ والجمل المستخدمة باسلوب مبسط يتناسب مع المرحلة العمرية والخصائص اللغوية للطفل الموجه إليه المجلة.

والواقع أن هذه الاهداف وغيرها تبدو الي حد ما براقة ولكن يظل المحك الحقيقي لتحقيقها وتقييمها هو مدي ترجمتها بالفعل فيما يقدم من مضامين ومايتم تدعيمه من قيم تسهم فيما بعد في تشكيل اتجاهات الاطفال وتوجيه سلوكهم.

أهمية صحافة الأطفال:

تستمد صحافة الاطفال اهميتها ممن أهمية الصحافة بشكل عام فهي أداة هامة في بنا المجتمع في كل أمة وهي مقياس لحضارة الامم علي إختلافها ومراة لنشاطها في شتى الميادين.

وياتي الحديث عن أهمية صحافة الاطفال من الحاجة الملحة التي ظهرت في السنوات الاخيرة الي وجود مجلات وصحف للاطفال سعياً لتحقيق الرعاية المتكاملة وبلوغ التنشئة السليمة لمرحلة الطفولة بما يتفق مع أهميتها باعتبارها من أكثر المراحل تاثيراً في حياة الفرد فصحافة الاطفال هي الباب السحري الي عالم القراءة الواسع الرائع فنع المجلة او الصحيفة يختار الطفل لنفسه مايقراء ويدع ما لا يريد أن يقرأه فهي تقرب المسافة بين الاعتماد علي الاخرين شفاهة وسماعاً وبين الاعتماد علي النفس في التعامل مع الحرف كتابة وقراءة بحيث تصبح صحافته هذه احد الأدوات المعنية لدخول الطفل القرن الواحد العشرين وهو مهيا كذلك ثقافياً ونفسياً.

تتمثل أهمية صحافة الاطفال فيما يلي:

١- من خلال موادها المبسطة التي تنشرها حيث تقدم لجمهورها أصول المعرفة والصحة والاداب والفضيلة والإحساس بالتمتع بالحياة كما أنها تحل كثير من المشكلات التي يعاني منها الاطفال مثل مشكلة الانانية والكذب وحب التسلط وغير ذلك.

٢- أنها تلعب دور هام في تقديم الخبرة الأولى للقراءة والتذوق الفني والجمالي للطفل إذ أنها تعتبر أول لقاء له مع الأدب والفن والعلوم فالآثار الأولى لقراءة الأطفال رغم بساطتها وضعفها في نظر بعض الكبار إلا انها تكيف وتوجه تطوره وتحدد معالم شخصيته التي تتبلور في مقتبل العمر.

٣- قدرة المجلة أو الصحيفة على تشكيل آراء الأطفال ومعتقداتهم حيث أنها تقوم بدور تثقيفي وإعلامي، إضافة لدورها البارز كأداة تعليمية وجهاز تربوي

وترفيهي وذلك بإمداد الطفل بالمعلومات المختلفة وبقدر ما يشعر الطفل بأهمية هذه المعلومة وحاجته إليها ومقابلتها لميوله ومطالبه بقدر ما يندفع إلى قراءتها وشرائها مرة بعد مرة.

٤- تساعد صحافة الأطفال على نمو القاموس اللغوي للطفل فهي تمد الطفل بحصيلة جديدة من المفردات والتراكيب المختلفة مما ينمي لغته ويساعده في تطويرها، فكلما قرأ الطفل إستمتع بالتراكيب الأدبية الجميلة وعندما يحفظها يزداد محصوله اللغوي ويتعود على التعبير عن نفسه بسهولة ويسر.

٥- توسع صحافة الأطفال دائرة معارف الطفل وتزوده بالخبرات والحقائق التي تتصل بنفسه وبالعالم المحيط به وذلك من خلال نشر المعلومات والأخبار كذلك من خلال إجاباتهم على تساؤلاتهم وإهتماماتهم.

وبدائرة المعارف وتلك وغيره مما تعمله الصحافة ينشاط وينشط خيال الطفل وتغذيه وتسهم في التنفيس عنه وإطلاق كثير من الرغبات المكبوتة وإشباعها.

وظائف مجلات الأطفال:

إتفق رأي المهتمين بشؤون الصحافة والدارسين لها على ان الصحافة تؤدي وظائف أربعاً رئيسية هي: الإعلام، ونشر الرأي والإرشاد والتعليم والتسلية.

وإذا كانت هذه الوظائف الأربع موجودة فعلاً فأن أحداها قد تسيطر على الثلاث الأخرى، إلا أنها على وجه العموم تسير أربعتها جنباً إلى جنب وتختلط وتتشابك وتتفاوت تارة وتتعارض تارة أخرى ومن المستحيل فصلها عن بعضها البعض تماماً ولكن من الأفضل أن تظل كل منها في مجالها الخاص بها وألا تتعدى على مجال الأخرى.

وإذا كان هذا ينطبق على الصحافة العامة والصحافة المتخصصة الموجهة إلى فئات الشعب المختلفة واهتماماً، فإنه ينطبق أيضاً على صحافة الأطفال ويرى البعض أن الوظائف السابقة جميعاً رغم هذا التداخل والتشابك فيما بينها إلا انها لا يمكن أن تكون فقط وظائف صحافة الأطفال ويؤكد هؤلاء على ان التوجه بالنسبة لصحافة الأطفال يجب أن نضيف إليها مثلاً العناية بالصحة وهي تعنى العناية بصحة الطفل الذي يحتاج إلى تربية صحية.

أهم مشكلات صحافة الأطفال:

١- ضعف الإمكانيات المالية في الوقت التى تتطلب عملية إنتاج مجلة للطفل جذابة ومشوقة ومدروسة تكاليف باهظة.

٢- ضعف إمكانيات الطباعة في بعض الدول مثل السودان خاصة وأن طباعة مجلات الأطفال تتطلب طباعة جيدة وصوراً ملونة وغلافاً جذاباً.

٣- مشكلات التوزيع فهناك مناطق محرومة كلية من مجلات الأطفالالخاصة في الريف والمناطق النائية.

كما أن شراء مجلة الطفل تتطلب قدرة شرائية يتمتع بها الطفل نفسه لا تتوافر إلا لنوعية معينة من الأطفال الذين ينتمون إلى طبقة معينة يعيشون في مناخ ثقافي معين ليشجع على القراءة.

٤- ينظر إلى عملية إصدار مجلات الأطفال في بعض البلدان العربية وكذلك الأجنبية كمشروع تجاري استثماري بحت لابد أن يحقق ربحاً عالياً وهذه المشكلة تقف كحجر عثرة أمام تحقيق المجلة أهدافها ووظائفها.

٥- غياب دور النقاد المتخصصين في مجلات الأطفال بصفة خاصة وثقافة الطفل بصفة عامة وندرة المتابعة الإعلامية للإنتاج الجديد من المجلات التي تصدر ويؤدي غياب هذا التقييم الموضوعي الدوري لمجلات الأطفال وفقاً للمعايير العلمية إلى تدفق بعض المواد غير المرغوب فيها.

٦- الإستهانة بالجانب البصري في مجلة الطفل واعتباره تكميلياً وثانوياً رغم أهميته في جذب انتباه الطفل إلى المجلة ودفعه إلى القراءة والتابعة.

الصحافة الرياضية:

لقد ظهرت أخبار الرياضة في الصحف معع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في غرب أوروبا ، وإن ولم تحتل الرياضة نفس أهمية أخبار التجارة والبنوك وحركة السوق، وخاصة أن ظهور الصحافة إرتبط بازدياد نفوذ الرأسمالية الأوروبية واهتمامها الطبيعي بالنشاطات الاقتصادية.

وقد ظلت الشئون الرياضية تحتل مرتبة أق أهمية من الشئون السياسية والشئون الاقتصادية في صحافة القرن التاسع عشر، ولكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت

طريقها إلى الصفحات الأولى من الصحف وظهور الصحافة الشعبية، ومنذ ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف أداة لجذب أكبر عدد من القراء.

ومع الوقت لم يعد الاهتمام بشئون الرياضة قاصراً على الصحف الشعبية، وانما امتد الاهتمام إلى صحف النخبة، وإن لم يكن بنفس قدر اهتمام الصحف الشعبية.

وبعد الحرب العالمية الثانية، بدأت تنتشر المجلات الرياضية المتخصصة وبعدها بفترة قصيرة بدأت مرحلة أخرى وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ويمكن تسمية هذه المرحلة بمرحلة التخصص أو التخصص الدقيق، حيث ظهرت صحف متخصصة في رياضة معينة فهناكمجلات لرياضة كرة القدمن وأخرى للبيسبول وثالثة في الملاكمة ورابعة في كمال الأجسام.

ولكي يواجه القائمون على تحرير الصفحات الرياضية متطلبات قراءهم التي زادت عما كانت عليه من قبل وضعت الأقسام الرياضية في الصحف ومحرري الصفحات الرياضية بعض التغيرات والتطورات التي كان لها أثر الأثر الأكبر في زيادة المساحة المتخصصة للرياضة وتمثلت هذه التغيرات في:

١- زيادة كمية المساحة المخصصة للرياضة: من حيث عدد الصفحات المخصصة للرياضة، فقد زاد التوسع في عدد صفحات صحف (Sunday- New yourk times)، حيث قدمت لقرائها أكثر من ١٢ صفحة للأخبار الرياضية.

٢- التخلص من المواد التافهة التي تكتب في الصفحات الرياضية: حيث وجد القائمون على الصحف الرياضية الأمريكية أن بعض المقالات الرياضية تبدو مبتذلة وقد أزيلت لتحل محلها أخبار وموضوعات رياضية على قدر عال من الأهمية.

٣- **تخصص الكتاب الرياضيين: قد أعطىالقائمون على تحرير الصفحات الرياضية مهمة الكتابة الرياضية لكتاب أكثر جدة وإلفة بالعمل الرياضي والممارسة الرياضية، لكي يقوم بالتغطية الأخبارية الرياضية لأنه قديماً كان اي كاتب غير متخصص يستطيع أن يغطي أخباراً أية رياضة ولكن بالتخصص أصبح معظم معظم المحررين الرياضيين متخصصين في كتابة نوع معين من الرياضة ويعرفون لاعبى اللعبة معرفة فعلية فالمحرر الذي لا يعرف قواعد اللعبة لا**

يمكنه من الكتابة في نوع الرياضة التي يتحدث عنها. ويؤكد ذلك المعنى ماهر فهمي - الذي كان يشغل - نائب رئيس تحرير مجلة أكتوبر: لقد دخل عالم التحرير الرياضي كحرفة كثير من الشباب الذي يمارس الرياضة أصلاً، والذي هو من جمهور الكرة فنقلوا نبض الجماهير ولم ينقلوا نبض المتخصصين، وكان لذلك آثار جانبية ليس على الحركة الرياضية المصرية ولكن على تأثير الرأي العام وتصرفه تجاه الأحداث الرياضية والمشاكل التي تنشأ في ميادينها.

أما الصحافة العربية فقد تأخر اهتمامها بالرياضة إلى ما بعد الحرب العالمية الأولى، وكان ذلك بدوره إنعكاساً لقلة الإهتمام بالرياضة على المستويين الرسمي والشعبي من جهة، وللأن الصحافة نفسها لم تكن في كثير من البلاد العربية قد شبت عن الطوق أو بلغت مستوى معقولاً من النضج والاكتمال من ناحية أخرى ولأن عدد كبير من الأقطار العربية لم يكن قد حصل بعد على إستقلاله أو إمتلك موارده بحيث يكون له إهتمام بالصحافة أو الرياضية من ناحية ثالثة ولعل اول ما عرف من مادة رياضية في الصحافة العربية كانت كتابات المرحوم إبراهيم علام "جهينة" في الأهرام عقب الحرب العالمية الأولى.

جمهور الصحافة الرياضية:

لا أحد ينكر أن العقود الثلاثة الأخيرة شهدت نمواً ضخماً في استخدام أجهزة نقل المعلومات والصور وطبع الصحف ومنذ ذلك الحين أصبح الإعلام الرياضي يشكل اهمية كبيرة في حياة إنسان القرن الواحد والعشرين وأصبحت الدوارات الرياضية تقليداً طبيعياً في كل شرائح المجتمعات الإنسانية وسلوكاً مهماً نلمسه في حياة كل فرد من الأفراد، كما أصبحت الرياضة بصورة عامة جزءاً لا يتجزأ من العادات والتقاليد الدارجة في كافة المجتمعات.

بمعنى أن جمهور الرياضة لم يعد يتمثل في طبقة واحدة وإنما أصبحت له شرائح في جميع طبقات المجتمع بدءاً من كبار المسئولين ونزولاً عبر الشيوخ والشباب والأعيان والعوام والنساء والأطفال ويتابع جمهور القراء على إختلاف مستوياتهم وأعمارهم ما يكتب في الصحف العامة وينفعلون به وفي كثير من الأحيان يقلدون بعض

الشخصيات الرياضية محلياً وعالمياً في ملابسهم وسلوكهم، كما يستعملون بعض الألفاظ والكلمات والمصطلحات الرياضية التي يتلقاها المحررون الرياضيون كما يرددون الأسماء الوصفية التي يطلقها هؤلاء المحررون على بعض اللاعبين المشهورين والذين أحرزوا إنجازات في ألعبهم، وقام المحررون الرياضيون المتخصصون بتقسيم وتصنيف جمهور قراء صفحاتهم الرياضية إلى عدة أقسام كما يلي:

القراء الذين يشاهدون الحدث الرياضي:

وهم القراء الذين يذهبون إلى المدرجات لمشاهدة المباراة أو الذين يشاهدونه من خلال التلفزيون أو الذين يريدون أن يقرأوا القصة الرياضية من خلف الكواليس.

القراء الذين يريدون معرفة محصلة الحدث الرياضي:

هم القراء الذين لم يحضروا المباراة لكن في معظم الحالات يسمعوا المحصلة النهائية من الراديو أو التلفزيون أو من الأصدقاء هؤلاء القراء يريدون أن يقرأوا كمية من الأخبار التي ألقى عليها كثير من الضوء (ذات الحركة والإثارة)

القراء الذين لا يعرفون محصلة الأحداث الرياضية:

وهم القراء الذين يريدون أن يعرفوا النتيجة النهائية للمباراة بالإضافة إلى معرفة ما يجري من وراء الكواليس.

أهمية الصحافة الرياضية:

لقد شهدت السنوات الأخيرة تزايدا ملحوظا في اهتمام الصحف المصرية الصحافة المتخصصة خاصة في المجالات ذات الاهتمام الجماهيري الواسع مثل الرياضة والمرأة والفن والأدب وعلى مستوى الصحف العامة اليومية الإسبوعية أخذت الصفحات المتخصصة تتزايد يوماً بعد يوم حتى صارت تحتل النسبة الغالبة من صفحاتها وهو الامر الذي يؤكد أننا نعيش في عصر الصحافة المتخصصة وتعتبر الصحافة الرياضية من اكثر الصحف المتخصصة جماهيرياً نظراً لطبيعة الدور والوظيفة التي تقوم بها وهو دور يستحوذ على اهتمامات قطاعات كبيرة من الجمهور وهو جمهور الكثرة ولا تخلو أي صحيفة عامة من الابواب والصفحات الثابتة من اخبار الرياضة بل ان اي صحيفة أو مجلة عندما تصدر يضع المشرفون عليها الصفحة الرياضية في أول إهتماماتهم بهدف الحرص على تحقيق اكبر قدر من التوزيع.

الصحافة الرياضية(صفحات الرياضة في الصحف والمجلات المتخصصة)

وتعتبر الصحافة الرياضية احدى عناصر الجذب في محيط المجتمع بوجه عام وفي محيط النشء والشباب بوجه خاص وهي تقدم معلومات في مجال الرياضة ويمكنها ان تساعد الفرد على تكوين رأيه في موضوع او عدة موضوعات تتعلق بالرياضة ويحتمل ان يسهم هذا الرأي في إكتساب قيمة ما تلك القيمة التي تعمل على تكوين إتجاهات الفرد نحو النشاط الرياضي الأمر الذي يدفعه لكي يسلك سلوكاً محدداً يعبر فيه عن موقفه العملي نحو النشاط الرياضي سلباً أو إيجاباً.

وللصحافة الرياضية دور هام نحو نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع ومحو الأمية الرياضية وفي تدعيم وترسيخ القيم التربوية والإجتماعية في إستثارة الدافعية عند الأفراد نحو تكوين اتجاهات ايجابية نحو الممارسة الرياضية وقد أسفرت نتائج بعض البحوث والدراسات عن اهمية الدور الذي تقدمه صفحة الرياضة في الصحف العامة والصحف والمجلات المتخصصة في تنمية الإتجاهات نحو ممارسة الرياضة.

لغة الكتابة الرياضية:

اللغة هي نظام من الرموز، وأي نظام لغوي يتكون من أحداث تكون كلمات تؤلف جملاً لأداء معنى.

وموضوعات الرياضة من نوع الموضوعات الخفيفة التي تهدف إلى تسلية القراء ولهذا فإن كتاب ومحررى الرياضة يملكون حرية أكثر عند كتابة موضوعاتهم مقارنة بغيرهم من الكتاب والمحررين في الأقسام الأخرى بالصحيفة او المجلة، وعلى ذلك يمكن أن تقدم صفحات الرياضة نماذج كثيرة للكتابة الجيدة وفي نفس الوقت يمكنها أن تقدم نماذج كثيرة للكتابة السيئة، ولكن تظل القاعدة الأساسية في الكتابة عن الرياضة أن الكاتب أو المحرر الرياضي مطالب بأن يكون على درجة كبيرة من الإبداع في إستخدام اللغة ليستطيع ان يقدم مادة يفهمها القراء الذين يتطلعون دائما إلى إسلوب إبداعي وخلاق.

ولهذا يشترط في الكاتب او المحرر الرياضي، إمتلاك اللغة والمعرفة بمواصفات الكتابة الرياضية التي يمكن إجمالها في:

- مراعاة ان المادة الرياضية تتوجه إلى القارئ العادي في الأساس، على ذلك يجب تجنب الألفاظ والكلمات الغامضة أو غير المفهومة، فالدقة والوضوح والبساطة هي السمات الرئيسية للكتابة الرياضية.
- أن يحذر الكاتب أو المحرر الرياضي إستخدام ألفاظ أو كلمات يستخدمها كاتب أو محرر رياضي آخر فان ذلك يثير إستياء جمهور القراء وتظل المعادلة التي يجب أن يتذكرها أنه يقدم مادة تستهدف إمتاع جمهور القراء وفي نفس الوقت لابد ان تبرز الصياغة ذاتيته.
- ضرورة تجنب الألفاظ والكلمات غير المعبرة، وأيضاً الألفاظ والكلمات التي توحي بأن المباراة او المسابقة هي حرب بين الفريقين، كذلك الألفاظ والكلمات التي توحي بالتميز أو التعصب للفرق أو لاعبين معينين.
- ضرورة تجنب تكرار ألفاظ وكلمات معينة ضمن الموضوع الواحد.
- تجنب الإفراط في إستخدام ألفاط وكلمات توحي ببطولة الرياضيين ومهاراتهم لأن هذا من شأنه إكسابهم بعض الأحاسيس السيئة كالغرور وما يترتب عليه من آثار سلبية على اللاعب وفريقه سلوكاً ونتيجة إضافة إلى تقليد هذا السلوك ممن يحبون الرياضة وأبطالها.
- **كما يجب أن يحذر الكاتب أو المحرر الرياضي من إطلاق صفة معينة على لاعب معين توحي بمهارته ما لم يكن قد وصف بها بشكل رسمي.**
- **يجب عدم التضحية بالمعلومات الرياضية في سبيل اسلوب كتابة أفضل، فتعطي للمعلومات الرياضية الأهمية الأولى والأسلوب الجديد سوف يأتي بطبيعته.**
- **تجنب اسلوب الإثارة في الكتابة الرياضية، وخاصة في رياضة كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية محلياً وإقليمياً وعالمياً فبعض المحررين الرياضيين يستخدمون المانشيتات والعناوين الصارخة التي تبرز تفوق فريق على آخر باستخدام ألفاظ وكلمات من شأنها بث الفرقة بين جمهور النوادي الرياضية وهذا الاسلوب في حد ذاته اسلوب خطر، إذ أنه يخلق عند عشاق هذه الرياضة نوعا من التعصب الأعمى مما يؤدي إلى حوادث مؤسفة بعيداً تماماً عن الروح الرياضية والسلوك الأخلاقي الإنساني.**

يتضح مما سبق ضرورة الحرص على البساطة والوضوح في لغة الكتابة الرياضية لأن النسبة الغالبة على قراء الصحف والمجلات الرياضية والصفحات الرياضية من محدودي المعرفة وإن لم يمنع هذا من وجود قراء للصحافة الرياضية ينتمون إلى المستويات الثقافية والتعليمية العليا.

ولكن مع ذلك فإن المحرر او الكاتب الرياضي يكتب للأغلبية ولابد ان يراعي قدرتها الثقافية ومستوى التعليم كذلك مراحل العمر المختلفة

قواعد الكتابة الرياضية:

يمكن في إطار المواصفات السابقة للمحرر والكاتب الرياضي إستخلاص بعض القواعد التي تستخدم في الكتابة الرياضية تتمثل في:

١- إستخدام اللغة التصويرية (Figures)

ويقصد باللغة التصويرية او اللغة الفنية، تمكن الكاتب او المحرر من التعبير باللغة المحسوسة عن المعاني أو الخواطر او الأحاسيس ،فاللغة التصويرية أو الفنية ليست سرداً تقريرياً للحقائق او بثاً مباشراً للأفكار ولكنها تجسيد وتمثيل لتلك الأفكار والحقائق في صورة محسوسة يعيها المتلقي ويدركها إدراكاً حسياً فيكون لها من ثم فعالية في نفسه وعميق أثر في وجدانه.

وتشير الدراسات في مجال الكتابة الرياضية، حينما تتعلق باللغة التصويرية إلى ضرورة اتجاه الكتالب والمحررين الرياضيين إستخدام الألفاظ والكلمات ذات المعنى والدلالة.

وتعني الدلالة هنا "فهم أمرمن أمر" ويقصد بذلك الربط بين موقف أو شخص، وبين لفظ او كلمة تعني شيئاً محسوساً، كالربط بين موقف ومعركة حربية شهيرة أو الربط بين شخص أو آلة قد يتصنف بالدقة أو القوة.

وفنون التشبيه والاستعارة والكتابة تدخل ضمن إطار اللغة التصويرية، وهي تحقق قدراً من الخصوصية لموضوعات الرياضة مقارنة بالموضوعات الأخرى ذلك أنها تتيح التعبير الموجز الواضح عن المواقفوالأشخاص وتشيع الفكاهة والطلاوة في الموضوع المكتوب بما يتفق مع طبيعة المادة الرياضية.

٢- **استخدام المصطلحات الرياضية:**

المصطلح الرياضي هو كلمة أو مجموعة من الكلمات تعبر عن حركة فنية في المباراة.

ولكل نوع من اللعبات الرياضية مصطلحات خاصة بها مثل " ضربة ركنية" كما في كرة القدم و"حائط صد" و"ضربة الإرسال" في الكرة الطائرة "خفيفة جانبية" كما في لعبة المصارعة.

والصحف والمجلات تهتم الآن بإستخدام المصطلحات الرياضية، وتعتبر جزءاً أساسياً من التغطية الصحفية للمباراة الرياضية، وذلك أن الموضوعات الرياضية ماهي إلا أحداث درامية والمصطلحات الرياضية تكمل البناء الدرامي لهذه الأحداث.

كما توفر المصطلحات الرياضية قدراً كبيراً من الحيوية لموضوعات الرياضة، حيث تتيح العرض الموجز والمعبر عن وقائع المباريات، ولأهمية المصطلحات تشترط الصحف والمجلات فيمن يعملون بأقسام الرياضة بها المعرفة الكاملة بقواعد اللعبات، ولذلك يجب ملاحظة قراء صفحات الرياضية الخاصة باللعبات الشهيرة، وخاصة الأطفال يرددون المصطلحات عشرات المرات بعد ان يسألوا عن معناه وعلى ذلك يجب الانتباه إلى عدم إستخدام مصطلحات خاصة باللعبات الأخرى دون شرح ما تعنيه حتى لا يصاب القارئ بالملل من الموضوع الرياضي نتيجة غموضها وعدم معرفته لها.

٣- **إستخدام العامية:**

تعرف العامية على انها مجموعة من الألفاظ والكلمات المستخدمة في امور الحياة اليومية كالبيع والشراء، ويتحدث بها الأهل والجيران والأصدقاء في مواقف الحياة اليومية المختلفة.

وتجدر ملاحظة أن الشئ الأساسي الذي يجعل نظاماً لغوياً ما يصنف باعتباره عامية أو لغة فصيحة هو موقف أبناء الجماعة اللغوية منه، ومعنى هذا أنه ليس في بنية اللغة ما يحتم تصنيفها هذا التصنيف ولكن مجالات الإستخدام هي التى تفرض هذا التقسيم.

وبعد إستخدام الالفاظ والكلمات العامية في كتابة الموضوعات نوعاً من انواع التبسيط والتقريب إلى القراء والكاتب أو المحرر الرياضي هو الذي يستخدم العامية عندما يكتب الموضوعات الرياضية.

فاستخدام الألفاظ العامية في الموضوعات الرياضية أكثر مما تفسرها فهي توضح للقارئ الكثير من المواقف، والكاتب المتمرس يتوقع من قراءة أن يعرفوا ما يتحدث عنه عندما يستخدم الألفاظ والكلمات ذلك أنه إذا أراد ان يشرح هذه المواقف سيؤدي ذلك إلى تضييع المساحة المتخصصة للموضوع ولكن على الرغم من اهمية الدور الذي تقوم به اللغة العامية في التفسير والتوضيح لما يحدث في المباريات، إلا أنها تثير قضايا هامة في لغة الكتابة الرياضية في الصحف والمجلات وذلك نتيجة إفراط بعض الكتاب ومحرري الصفحات الرياضية في استخدام العامية لدرجة أن بعض صفحات الرياضة اصبحت مكاناً للألفاظ والكلمات المبتذلة والرخيصة التي لا معنى لها، مما يترك أثراً سيئاً على القراء عامة والأطفال خاصة.

الأشكال الصحفية في الكتابة الرياضية:

يرى د. فاروق أبو زيد أن الصحافة الرياضية تتميز بثلاث فنون صحفية هي: فن التقرير الصحفي وفن التعليق الرياضي وفن عمود (الثرثرة الرياضية).

بينما يقسم د. أحمد حسين الصاوي المواد الرياضية التي تنشر في الصحف الرياضية إلى:

أولاً: مواد الخبر، وتشمل الأنباء- الصور

ثانياً: مواد الرأي، وتشمل العمود- الرسم الساخر (الكارتون)

ثالثاً: مواد بين الخبر والرأي، وتشمل التعليق – التحقيق.

ونرى ضرورة الجمع بين آراء المصدرين السابقين بالإضافة إلى وضع فن الحديث أو الحوار الصحفي ضمن الأشكال الصحفية التي تستخدم في الكتابة الرياضية نظراً لإحساسنا وملاحظتنا بالأدلة، أهميته للقارئ.

وبالتالي تكون الأشكال الصحفية التي تستخدم في الصحافة الرياضية على النحو التالي:

١- الأخبار:

هي المادة التي تنقل إلى القارئ حدثاً من الأحداث الرياضية أو الأحداث التي تتصل **بالرياضة وهي تتراوح بين** الخبر البسيط الذي يتضمن حقيقة إخبارية واحدة، والقصة **الخبرية التي تتضمن** جوانب متعددة وتفصيلات كثيرة.

وأهم ما ينبغي أن يراعي في كتابة الأخبار الرياضية:

١- أن تكون موضوعية محايدة تماما، لا ميل فيها نحو جانب ولا نقد لجانب آخر.

٢- أن تكون باسلوب بسيط سهل معبر، ويساعد على ذلك أن تكون الجمل والفقرات قصيرة.

٣- أن تعرض على القارئ صورة نابضة بالحياة للحدث الرياضي، وذلك بالوصف الدقيق والملاحظات الصائبة.

٤- أن يعتمد المحرر في وصف الحدث على ما رآه وسجله بنفسه في أثناء الحدث، فلا يلجأ إلى الخيال لاكمال الوصف، ولا يستعين بغيره لرواية جزء مما فاته.

٥- أن يعظم السرد والوصف بخلفية تفيد القارئ وتعينه على إستيعاب الحدث وتمثله تمثيلا كاملا بقدر الإمكان.

أما القصة الخبرية الرياضية فهي تختلف عن القصة الخبرية الأخرى في أمرين: أولهما أن الصياغة تعتمد على التقديم المباشر الذي لا يحتاج غالباً مقدمات، ثانيهما: أن الوصف فيها يصحب دائما بملاحظات وتعليقات تتصل مثلا بحالة اللاعبين وحركاتهم وسير اللعب وموقف الجمهور وينبغي ان يكون ذلك في حدود الموضوعية والخبرة التامة.

وتعتبر الأخبار والقصص الخبرية هي عادة من مواد الصفحات الرياضية في الصحف اليومية أكثر من الصحف الاسبوعية أو المجلات إلا إذا تصادف أن ظهرت الصحف الاسبوعية (لا المجلة) في اليوم التاي لحدوث الخبر الرياضي.

٢- فن التقرير الرياضي:

التقرير الرياضي فن يهتم بوصف المباريات محور الحياة الرياضية لذلك لا بد للمحرر الرياضي أن يعمل للحصول على كافة المعلومات عن الفرق المنافسة مثل متى يبدأ اللعب؟ وأين؟ وتشكيل الفريقين. ويقوم التقرير الرياضي على التتبع الحر في لأحداث المباراة، مع التركيز على الوقائع البارزة فيها ثم تحليل جوانبها المختلفة، كما يجب أن يجسد للقارئ "المباراة" حتى تكتسب المعلومات الواردة في التقرير بنبضها الحي، فالمعلومات الباردة تقتل التقرير ولا تجذب القارئ إلى تكملة قراءته.

٣- **فن التعليق الرياضي:**

يعتبر التعليق الرياضي من أهم موضوعات الصحافة الرياضية إن لم يكن أهمها على الإطلاق ويعرفه الكثيرون بانه الصدق والامانة والموضوعية، وهم يتحدثون عن الجانب الاخلاق للتعليق، أما التعريف المهني والعلمي له فانه: الدراسة الواعية لكل المؤثرات التي تحيط بالمباراة والتي تتضمن بالضرورة تحليل ادوار كل من يسهم في صناعة المباراة واخراجها من اداريين وجمهور وارض وتحكيم واعلام.

ويقوم فن التعليق الرياضي على شرح وتحليل وتفسير ونقد المباريات الرياضية فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب السلبية والايجابية في اداء كل فريق من الفرق المتنافسة لذا ينبغي أن يتوافر للتعليق عدة مقومات، أهمها:

١- الموضوعية المطلقة، ففي معترك الرياضة بالذات حيث يبرز عنصر التنافس بين الفرق المتنافسة وحيث يوجد لكل فريق أو نادي جمهور وأنصار شديدى الحماس، من السهل اتهام المحرر بالانحياز إلى فريق او التحامل على فريق إذا ما أحس القارئ في تعليقاته تعاطفا شخصياً مع جانب معين، أو لمس شيئا من التحامل على الجانب الآخر.

٢- أن يكون الهدف من التعليق دائما هو التوجيه نحو الافضل وتحقيق المثل الرياضية العليا.

٣- أن يكون هادئ اللهجة بعيدا عن الانفعال الخطابي والتطرف في التعبير

٤- أن تعكس التعليقات الثقافية الرياضية المتخصصة للكاتب حتى ينال إحترام قرائه، وهم بحكم هوايتهم يعلمون الكثير من الحقائق الرياضية.

٥- أن يتخلل التعليق روح المرح كلما كان ذلك مناسبا، فان هذا يساعد على تخفيف حدة التعصب لدى بعض القراء ويؤكد أن الرياضة لا ينبغي أن تخرج عن إطار التنافس الشريف والتسامح والسمو بالنوازع البشرية.

٤- **فن العمود الرياضي:**

هو مقال موجز يمثل أحد المعالم التابعة للصفحة الرياضية في كثير من الصحف ويحرره كاتب واحد هو عادة رئيس القسم الرياضي بالصحيفة وهو يظهر على الصفحة بانتظام سواء كان ذلك كل يوم أو في يوم معين من الاسبوع والصحف

الرياضية المتخصصة يوجد عادة أكثر من عمود ويكتبها عدد من المحررين لكل منهم مجاله واسلوبه وجمهور قراء.

ويقوم العمود الرياضي على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة وتسميه الصحف الاوروبية عمود "الثرثرة" حيث يتحدث الكاتب إلى القراء كما لو كانوا اصدقاء يتجاذبون أطراف الحديث، ولذلك فان لهذه الاعمدة شعبية كبيرة لدى قراء الصحف الرياضية وكثيرا ما يجنح هذا العمود الي السخرية من الاندية واللاعبين وكثيرا ما يتضمن أكثر من موضوع رغم مساحته المحدودة.

فالعمود الرياضي يتضمن أيضا نقدا موضوعيا لسلوك أو تصرف أو وضع ما وقد يتضمن تعليقا على رسالة بعث بها أحد القراء وذلك لوجود علاقة حميمة بين الكاتب وقرائه لذلك يتضمن العمود ردا على بعض الرسائل وقد ينشر جزءا منها لذا يتمتع كاتب العمود الرياضي بحرية أكثر من التي تعطي للمحرر الرياضي.

٥- التحقق الصحفي الرياضي:

ويمكن أن يتخذ التحقيق الرياضي واحداً من الأنماط التالية:

- تحقيق الاهتمامات الإنسانية:

ومن نماذجه تحقيق الذي يتضمنه الذي يتضمن معلومات وحقائق عن مباريات مقبلة، مع التركيز على احتمالات الهزيمة والفوز بأخذ آراء بعض خبراء الرياضة والرياضيين كما يحدث في مباراة القمة " الأهلى والزمالك والاهلي والاسماعيلي" أو أي مباراة هامة يتوقف على نتيجتها حصول الفريق الفائز على الدوري أو الكأس ويكون ذلك بناءاً على دراسة متانية للعدد من المقومات والظاهر وحسابات دقيقة لمختلف العوامل مثل هذا التحقيق يرضي في القارئ اهتماماته الشخصية بالاحداث الرياضية القادمة وتطلعه الى معرفة ما يجهل من أمرها.

- التحقيق التاريخي:

ومنه التحقيق الذي يتناول تاريخ لعبة معينة وتطورها، وأشهر لاعبيها وما يتصل بها من ملاعب وجماهير وأندية، ومنه التحقيق الذي يستعرض حياة فريق معين نال شهرة عريضة في ميدانه ويسجل أهم إنجازاته وأمجاده وأشهر لاعبيه وإدارييه وقد يكون هذا

التحقيق عن شخصية رياضية، أي يتناول سيرة بطل معين استطاع أن يحقق أمجادا في ميدانه جديرة بالتسجيل.

- التحقيق الاستطلاعي:

وهو يعتمد أساسا على استطلاع آراء المتخصصين في لعبة معينة إزاء حدث رياضي بارز أو مباراة حاسمة، فهو من التحقيقات التي تجذب انتباه قطاع كبير من القراء.

- التحقيق الإرشادي المتخصص:

ويتضمن مختلف المعلومات من قواعد لعبة معينة وفنونها واخلاقياتها وأخطاء بعضها، لتثقيف هواة هذه اللعبة وتوجيههم إلى الطرق السليمة لممارستها، وينشر هذا التحقيق على حلقات.

- التحقيق الخارجي:

وتبعث به الصحف ووكالات الأنباء أو الوكالات المتخصصة (التي تتعامل مع المواد الجاهزة كالمقال والعمود والقصص) ويكون متعلقاً بحدث رياضي أو بلعبة ما. والمحرر الماهر هو الذي لا يكتفي بنشر هذا التحقيق كما بعثت به الوكالة وانما يضيف اليه من معلوماته ومن محفوظات الصحيفة أو المجلة (الإرشيف) ومكتبتها ما يجعله أكثر قبولا لدى قرائه.

- الرسوم الساخرة:

تقسم الرسوم الساخرة إلى قسمين هما: الكاريكاتير والكارتون

الكاريكاتير:

تصوير للأشخاص فيه فكاهة ويجسم ملامحهم الواضحة ويبالغ في إبراز ما يتميزون به من سمات، وقد أصبح يستخدم كذلك للتعبير عن المفارقات الفكهة والجوانب الضاحكة من حياة البشر وبذلك يتكون من الرسم وما قد يصاحبه من كلام "نكتة" كاملة ولقد لجأت إليه الصحف والمجلات وخاصة الرياضية المتخصصة "كالأهرام الرياضي" واستخدمته في بعض أغلفتها، أو في الصفحات الداخلية للمجلة لكي يحل محل الصورة المصاحبة للموضوع.

ويمكن أن يكون هناك كاريكاتير على هيئة سلسلة ورسوم متتابعة تحكي موقفا طريفاً وبدون تعليق أو كلام وهو ما يستخدمه رسام الكاريكاتير في مجلة

علاء الدين وتخصص المجلة له صفحة كاملة ويلقى قبول الاطفال ويضفي عليهم المتعة والمرح.

الكارتون:

وهو يصور الأشخاص الحقيقيين والشخصيات الرمزية للتعبير عن موقف ناقد لحدث أو فكرة أو تصرف ولذا فهو من مواد الرأي وقد أصبح الكارتون الرياضي مثل السياسي والاجتماعي من أبرز معالم الصحافة الحديثة من جرائد ومجلات، وكثيرا ما يكون أقوى أثرا من الكلام المكتوب ومن هنا لجأت بعض الصحف والمجلات إلى إستخدام هذا العنصر في صفحة الرياضة، كما استخدمته الصحف والمجلات الرياضية المتخصصة للتعبير عن وجهة نظر معينة في موضوع رياضي معين

- الحديث الرياضي (الحوار):

تعتبر الأحاديث الصحفية في جوهرها هي تلك التقارير الصحفية التي يكتبها المحررون عن المقابلات التي يقومون بها مع الشخصيات المختلفة بقصد الاعلام والنشر، وواضح من هذا التعريف أن الحديث لا يتم إلا تعبيرا عن مقابلة صحفية تتم بين محرر ومستجوب أو الحديث الذي يجري بين سائل ومسئول.

ويعتبر الحديث الصحفي من الأشكال الصحفية الهامة في كتابة الموضوعات الرياضية، لأنه يدعو القارئ لمقابلة الأشخاص الذين لا يطال مقابلتهم ولن يجد الفرصة للتحدث معهم وإليهم في الأحوال العادية وهو بذلك يضيق المسافة بين القارئ والنجم أو البطل الرياضي أو المسئول الرياضي في أي مكان.

وينقسم الحديث الصحفي الرياضي إلى ست أقسام:

١- **الحديث الإخباري:** وهو الحديث الذي يخبر فيه مسئول مثلا عن اهم مواد الوائح الرياضية الجديدة.

٢- **حديث الرأي:** وهو الحديث الذي يدلي فيه المسئول برأيه في هذه اللوائح ويقيم بعض أو كل بنودها.

٣- **حديث الشخصية:** ويتمثل هذا النوع من الحديث الصحفي في الحديث الذي يتناول فيه المسئول سيرته الذاتية وتجاربه العملية وكفاءته العلمية ومناهجه الوظيفية وهذا النوع يكون ملائما جدا للأطفال حيث تتحدث الشخصية

المحبوبة لديهم عن سيرته الذاتية وكيف وصل إلى هذه الدرجة من التفوق الرياضي والشهرة وأسباب هذا التفوق مع سرد لبعض تجاربه التي خاضها طوال مشوار حياته الرياضية مع بعض النصائح التي توجهها الشخصية للقراء لكي يضرب لهم بذلك أروع الامثلة للاقتداء به والاحتذاء بما لديه من خلق وسمات ربما تكون الرياضة قد شاركت في تشكيلها.

٤-حديث الجماعة: وهو لا ينفذه المحرر مع شخص واحد بحثا عن الخبر أو عن الرأي بل يجري المحرر مجموعة من المقابلات مع العديد من الأشخاص ذوي العلاقة لكي يحتوي موضوع البحث بالشمول والإحاطة.

٥-حديث المؤتمرات: سواء قبل انعقاد المؤتمر، أو بعد انعقاد المؤتمر وهي تدور حول الموضوعات التي يبحثها المؤتمر الرياضي.

الحديث الإعلاني أو الدعائي:

وهوبقصد الترويح والدعاية مثل حديث رئيس الاتحاد الدولى لكرة القدم (FIFA) عن قصة نشوء بطولة كأس العالم للشباب ودور الكوكا كولا في تمويله.

ويجب على المحرر الرياضي معرفة هذه الانواع جميعا لانها تساعده على الانطلاقة الصحيحة في عالم الاحاديث الصحفية، كما تقدم له ثقافة جيدة وتتيح له قدرا اكبر من التوجه العلمي المركز وقدرا اكبر من الانفعالية والايجابية دون ان يفقد القدرة على المرونة والحركة.

ويتميز فن الحديث الصحفي الرياضي بمعرفة اسئلته الواسعة المتعددة الجوانب التي يتم من خلالها الشرح والتفسير والتعليق وبيان الاسباب في الموضوع مجال الحديث كما ان الحديث أو الحوار يقترح شئ ما في النهاية بحيث يصبح دراسة واعية هادفة للموضوع الذي يدور حوله الحديث.

وعلى الرغم من اهمية هذا الشكل الصحفي، إلا اننا قد لاحظنا قلة مثل هذا الشكل من الصحافة الرياضية، وان وجد فهو غير مفعم بالحوار الحي، وخاصة أن قضايا رياضية كثيرة ظلت أسئلة بلا أجابة وكان يجب على المسئولين عن الأقسام الرياضية بالصحف الرياضية اليومية والمجلات الرياضية أن تهتم بنوعيات الحديث

رياضية يتمتع عادة بقدر من الحرية أكبر مما يتاح لزملائه المسئولين عن إخراج الصفحات الأخرى، بل كثيراً ما يحدث أن يكون محرر الصفحة الرياضية هو نفسه المسئول عن إخراجها كذلك، ولذا فمن الممكن أن تكون صفحة الرياضة واحدة من أجمل صفحات الصحيفة وأكثرها جاذبية وأكبرها نصيباً من إقبال القراء وخاصة إذا اتبعت فيها القواعد الإخراجية السليمة.

وتفضل كثيراً من الصحف اليومية والأسبوعية أن يكون لصفحة الرياضة بها "رأس ثابت" يتكون من عنوان ورسم مميز "شعار" أو من عنوان فقط، وترى صحف أخرى أن تكتفي في رأس الصفحة بكلمة "الرياضة" بينما تؤثر صحف ثالثة ألا يكون لهذه الصفحة أو الباب أي رأس مميز على أساس القارئ سوف يميزها بسهولة لمكانها الثابت بين صفحات الصحيفة ولما تضمنه من عناوين بمواصفات معينة وصور تبرز طبيعة مادتها ولأن مساحة هذه الرأس يمكن أن تستغل في عرض مزيد من المادة. وفي حالة وجود رأس ثابت، فمن المستحسن أن يكون في أعلى عمود أو عمودين بدلاً من أن يختفي داخل الصفحة، وذلك حتى يلفت النظر بسرعة، أما في حالة تخصيص "ملحق" مستقل للرياضة، فالرأس الثابت هنا يصبح ضرورياً لتحديد طبيعة هذا الملحق الذي يكون عادة منفصلاً عن سائر صفحات الجريدة.

يتوقف تصميم صفحة الرياضة في الصحف اليومية علي المساحة المتاحة فكثير من الصحف تخصص للرياضة صفحة بأكملها كانت قديماً تخلو من الإعلانات وهناك صحف أخرى تقلل من الإعلانات إلى أدنى حد ممكن بينما لا ترى صحف ثالثة بأساً من نشر عدد من الإعلانات في الصحف الرياضية أما بالنسبة للملحق الذي يتكون من عدد من الصفحات أو الصحف الرياضية المتخصصة فمن الطبيعي أن تتضمن صفحاته عدداً من الإعلانات. وفي حالة نشر إعلانات بصفة الرياضة، فمن الأفضل أن تكون طبيعتها مما يتفق ومادة التحرير، مثل إعلانات الأدوات والملابس الرياضية، والأنشطة الإجتماعية والرحلات الترفيهية، وما إلى ذلك.

العناوين:

ونظراً لأن الصفحة الرياضية تعكس لقرائها عالماً حياً يحفل بالصراع ويتسم بالقوة التي تبلغ أحياناً حد العنف، فهي تلجأ إلى التعبير عن ذلك المعنى بالعناوين التي تتلاءم

مع طبيعة الرسالة الإعلامية، أي أن تستخدم عناوين الصفحة من حروف كبيرة وواضحة متميزة عن سائر عناوين الجريدة.

ولا يلزم أن تكون كل عناوين الصفحة في رؤوس الأعمدة، بل المستحسن أن يوزع بعضها في وسط الصفحة لإحيائه، كما يلاحظ أن صفحة الرياضة كثيراً ما تستخدم عناوين عريضة، وهذه العناوين تستخدم في صفحة الرياضة حتى إذا كانت من سياسة الصحيفة عدم إستخدامها على الصفحة الأولى.

الصور:

كذلك الصور بإعتبارها من العناصر الأساسية في صفحة الرياضة وأهميتها الإخراجية هنا لا تقل عن أهميتها التحريرية، وتستخدم الصور هنا أيضاً لكي تفصل بين مجموعات السطور الرمادية، وأحداث التباين التي يريح العين وييسر استيعاب مواد الصفحة.

ومجال الاختيار واسع أمام المخرج بالنسبة لأحجام الصور وأشكالها فهي تتراوح بين الصورة الصغيرة التي لا يبلغ اتساعها أكثر من نصف عمود والصورة الكبيرة التي تمتد على عرض ستة أعمدة أو بطول نصف الصفحة مثلاً، والمخرج المتمكن لا يتقيد عادة بالأشكال التقليدية للصور، وإنما يتفنن في ذلك حسب طبيعة الصورة وحسبما يمليه عليه حسه وذوقه.

ومجال الإختيار واسع أمام المخرج بالنسبة للعناوين، فإن الصور كذلك ينبغي ألا تتركز في النصف الأعلى من الصفحة، وإنما يحسن توزيع بعضها في وسط الصفحة وأسفلها، وذلك حتى لا تبدو الصفحة ثقيلة الرأس على حساب باقي أجزائها.

الإطارات:

ومن الإتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الرياضية الإستغناء عن الإطارات "البراويز" التقليدية عليها، والتي تضمن عادة نتائج المباريات ولقد ساعد الراديو والتلفزيون على التقليل من أهمية استخدام هذه الإطارات التي تبرز ما تتضمنه عادة من مادة إبراز خاصة وذلك بإذاعة نتائج قبل أن تنشرها الصحيفة، فالقارئ لصفحة الرياضة لا يتوقع منه أن تقدم له نتائج مباريات اليوم السابق بقدر ما يتوقع أن يقرأ بها شرحاً للأسباب التي أدت إلى تلك النتائج لذلك لجأ مسئولي الإخراج بالصفحة

الرياضية إلى الإستغناء عن الإطارات والإستعاضة عنها بذكر النتائج في العناوين إذا كانت بالغة الأهمية أو أن تتضمنها بدايات الموضوعات الإخبارية الرياضية وتلجأ هذه الصحف إلى هذه البراويز والإطارات ربما في أول أيام الأسبوع حيث من الشائع أن تكون عدة مباريات قد أقيمت في عطلت نهاية الأسبوع أو في خلال الأسبوع مثل مسابقة الدوري العام ولا يستطيع القارئ أن يتذكر جيداً كل نتائجها التي أذيعت بوسائل الإعلام الإلكترونية.

ثانياً: في الصحف الرياضية والملاحق المتخصصة من الحجم النصفي

الحجم النصفي من الصحف أو ما يسمى "التابلويد" هو حجم مستحدث عرفته الجرائد اليومية أو الأسبوعية في المدن الكبرى والصغرى، وهناك صحف اختارت لنفسها هذا الحجم لأنه يحقق لها أهداف توزيعية معينة وصحف أخرى اختارته لأنه كان بالنسبة لها ضرورة فرضتها أوضاعها المادية وصحف غيرها وجدت فيه ما يلائم أغرضها ويلبي حاجة قرائها.

ولقد شهد حقل الصحف العادية عامة والصحف الرياضية خاصة نماذج كثيرة من هذا الحجم في السنوات الأخيرة سواء أكان ذلك لصحف مستقلة أو لملاحق منفصلة لصحف عادية الحجم.

معالم إخراج الصحف النصفية الرياضية:

١- إن الصفحة الأخيرة فيها يمكن استخدامها مثل الصفحة الأولى أي أن الصحيفة النصفية في هذه الحالة تكون لها صفحتان "الأخيرة تكمل الأولى" ويساعد على ذلك عدة عوامل:

١- الحجم نفسه وسهولة تناوله يشجع على هذا الإجراء.

٢- صغر الحجم يجعل من المتعذر عرض كل ما يراد عرضه من عناوين وصور للفت نظر القارئ على صفحة واحدة.

٣- يحس القارئ وهو يتناول الصحف النصفية أنه يتناول مجلة للتشابه في الحجم بين الإثنين وليس من المؤلف أن يرى القارئ على الصفحة الأخيرة لغلاف المجلة مادة مفصلة.

٢- ترويسة الصفحة الأولى تتكرر في الصفحة الأخيرة، ويلاحظ أن هذه الترويسة لا تمتد بعرض الصفحة بل تمتد على اتساع عمودين أو ثلاثة أعمدة.

٣- لصغر حجم الصحيفة النصفية، يستخدم المسئولون على إخراج الصفحتين المتقابلتين بإعتبارهما صفحة واحدة من نصفين يكمل أحدهم الأخر، أي أن تكون الصفحتان واحدة إخراجية وواحدة توزع عليها العناصر التيبوغرافية المختلفة، كما توزع على الصفحة الكاملة الحجم مثلاً.

٤- قرب الحجم النصفي من حجم المجلة يجعل الصورة بأنواعها المختلفة في الصحف النصفية الرياضية أهمية خاصة ويتسع المجال هنا للتنويع في إستخدام الصورة الفوتوغرافية من حيث الحجم والشكل والمكان على الصفحة واستخدام الألوان في طبعها، كذلك يتسع المجال لإستخدام الرسوم اليدوية والتنويع فيها سواء أكانت رسوم توضيحية أو رمزية أو موتيفات تتخلل الموضوعات طويلة المتن كما أن للرسوم البيانية هنا مكانة خاصة.

٥- كما يساعد على رواج الصحف النصفية استخدام الألوان في طبعها فهذه الألوان تناسب في أحيان كثيرة طبيعة المادة الرياضية وتحقق تشويق القارئ وشد إنتباهه إلى هذه المادة.

ثالثاً: إخراج المجلات الرياضية

تختلف المجلة كوسيلة إعلان مطبوعة عن الجريدة العادية والصحف النصفية من عدة وجوه أهمها:

١- التنوع

٢- دورية الصدور

٣- التعدد في الحجوم

٤- نوعية الورق والأحبار وطريقة الطبع

٥- البناء

وفيما يتعلق بالبناء فالجريدة تتكون من عدد من الصفحات المتعاقبة التي تبدأ بالصفحة الأولى، أما المجلة تتكون من عدد من الصفحات المتماسكة يضمها غلاف مستقيم بخصائصه عن سائر جسم المجلة.

الكاريكاتير.. ووظيفته:

تعددت تعريفات الكاريكاتير من حيث أنه ليس فناً أو أنه فن فرعي، أو نصف فن شعبي Pop Art.

يعرف معجم وبستر Webster الكاريكاتير بأنه يقوم على المبالغة والتشويه لخصائص الأشخاص أو لملامح خاصة للشخصيات وتعرفه الموسوعة البريطانية بأنه صور مشوشة للتعبير عن شخصية أوحدث أو سلوك معين، كما يقدم فيه للشخص المرسوم عادة في صورة ساخرة وتحليل طريف.

وكلمة كاريكاتير مشتقة من الفعل الإيطالي Caricare وهو يعني يشحن أو يحمل أو يهاجم T0 load أي تحميل الشئ أكثر من حجمه أو طاقته الأصلية، ويتم رسمه بالخطوط وهو فيه جماهيري يقصد به أن يعرض على الجمهور العام.

وترى الموسوعة الفرنسية أن الكاريكاتير هو التعبير الأوضح عن السخرية، عن طريق التشويه الفكاهي لشخص بالمبالغة المتعمدة في ملامح مميزة للوجه أو أبعاد الجسم، مع ترعه غالبة إلى الهجاء.

وعرفه بريان، Brennan بأنه نوع من التجسد المصور لملامح الوجه، يسعى في ما يشبه المفارقة إلى أن يشبه أو يشابه الوجه الذي يصوره، وإلى أن يختلف عنه أيضاً أن يضخم في حجم المعلومات الدالة إدراكياً في حين يقلل من شأن التفاصيل الأقل أهمية ويؤدي التحريف الناتج في الصورة إلى إشباع خاص لدى المتلقي فيما يخص ما هو فريد ومميز وجديد ومضحك فيها وعرف الكاريكاتير كذلك على أنه شكل من أشكال الفن في العادة صورة شخصية أو بور تريه، تحرف فيه الملامح المميزة لشخص معين أو يبالغ فيها بطريقة تؤدي إلى حدوث أثر مضحك لدى المتلقي.

نشأة الكاريكاتير:

يرجع ابتكار الكاريكاتير بمعناه المحدد إلى عائلة كاراتشي الإيطالية، وخاصة إلى أنيبال كاراتشي Ammibale Carracci (١٥٦٠م – ١٦٠٩م).

والذي دافع عن هذا الفن بوصفه النقيض للنزعة المثالية والكلاسيكية في التعبير عن الفكر الإنساني فمثلما يخترق الفنان الجاد الفكرة التي توجد خلف المظهر الخارجي فكذلك يستحضر فنان الكاريكاتير جوهر ضحيته ويعرضها أمام جمهوره

بالطريقة التي كان سيبدوا عليها فعلاً لو أن الطبيعة الكلية له قد كشفت عن نفسها بشكل عضوي، من دون أقنعة.

خصائص الكاريكاتير:

يحدد بعض الدارسون لفن الكاريكاتير أهم خصائصه فيما يلي:

١- المبالغة والتفريد Exaggeration and Individuation

فالكاريكاتير مبالغة في التعبير من خلال الصورة عن الخصائص الفريدة المميزة للشخصية، فهناك مبالغة في تجسيد بعض الخصائص الفردية الفريدة الخاصة بشخص معين بحيث تلتصق به وتميزه عن غيره وعندما نتذكره نتذكرها، أو تتذكرها فتتذكره، ومعنى الكاريكاتير يتسع أحياناً بحيث لا يتعلق بالصورة الشخصية للإنسان فقط بل يمتد به بعض الفنانين والنقاد إلى أي تعبير مسخي لبعض الأمم أو أنماط الشخصيات أو لبعض الرموز السياسية وهناك من يقول أن الكاريكاتير مبالغته متوسطة لكن سخريته أكبر وفكاهته أعمق.

٢- القدرة على كشف العيوب:

للكاريكاتير قدرة فائقة على كشف مزايا بعض الشخصيات لكن اهتمامه الأكبر يكون موجها نحو الكشف عن العيوب فهو يلقى الضوء على الشخصية أي على جوهرها الحقيقي والكاريكاتير يقول فرويد، نوع من الخط من قدرة الشخصية بالذكر على صفة من صفاتها، أو ملمح من ملامحها كان يمر من دون أن يتوقف عنده أحد وإن لم يكن الشخص يشتمل بالفعل على ذلك الملمح، فإن الكاريكاتير حينئذٍ يعمل إلى خلق ذلك خلقاً بأن يتجه إلى عنصر ما في الشخصية ليس مضحكاً في ذاته فيبالغ في تصويره.

ويقول بعض الفنانين وكذلك الباحثين في هذا المجال إن هذا الفن يركز على إبراز العيوب الجسمية في الشخصية التي يصورونها ويقول البعض الآخر أن الفنان يركز هنا على بعض الملامح المميزة للشخصية بصرف النظر عما إذا كان عيوباً أم لا ولكنه من خلال تصويره الخاص لهذا الجانب المميز للشخصية بطريقته الخاصة يكشف عن بعض الملامح السلوكية المعروفة عنه، أو إلى يراد لفت النظر إليها فيه.

وقد ينتقد الكاريكاتير من خلال شخص معين شخصاً آخر أو فكرة معينة، أو بعض التصرفات الاجتماعية أو السياسية فالتركيز على ملامح الفلاح الساذج في رسومات الفنان مصطفى حسين ومن بعده عمرو فهمي، وإلى يبتدعها مع الكاتب الساخر أحمد رجب، ليس مقصوداً منه إبراز عيوب هذا الفلاح الجسمية أو السلوكية بل التركيز على سذاجته هذه إلى كان يجري تأكيدها من خلال المبالغة في تجسيد بعض ملامحه الجسمية وبعض طرائفه في الكلام ومن ثم إبراز عيوب بعض السياسات إلى يقوم بها بعض المسئولين والذين تتوجه نحوهم هذه الشخصية بالكلام أو بالتعليق.

٣- التبسيط: Simplification

حيث يتم الكاريكاتير من خلال الرسم والخطوط وهذا الفن أكثر بساطة من غيرها من أشكال تجسيد الشخصية فهي كثيراً ما تكون أشبه بالارتجال ومن ثم فهي غريبة من ذلك التعبير العفوي التلقائي الذي يقوم به الفنانون عموماً وهذا التبسيط في الخطوط قد يكون أكثر أدوات فنان الكاريكاتير قوة في نقل المعلومات البصرية عن الشخصية أو الموضوع الذي يرسمه.

ومن الطبيعي ألا يوجد تبسيط في بعض الأعمال الكاريكاتير بل مزيد من التفاصيل والإضافات التي تؤكد المبالغة، لكن لا يوجد كاريكاتير من دون مبالغة أو سخرية ضاحكة أو مريدة.

أنواع الكاريكاتير وأشكال وجوده في الصحافة:

يمكن تقسيم الكاريكاتير الذي يعد مكوناً هاماً من مادة الرأي في الصحف وفقاً للمضمون إلى أربعة أنواع هي:

١- الكاريكاتير السياسي:

وهو من أهم أنوزاع الكاريكاتير على الإطلاق وهو الذي يعالج موضوعاً سياسياً مباشراً أو يلمح بشكل غير مباشر إلى موضوع له علاقة بالسياسة مثل العلاقات الدولية والصراعات الدولية، الانتخابات وهو بشكل عام كل رسم يستمد مضمونه من نشاط دبلوماسي أو حكومي أو دولي وما شابه ذلك من موضوعات، ولقد بدأ فن الكاريكاتير السياسي الحديث كما يقال في منتصف القرن الثامن عشر على يد الفنان " وليم هوجارت " في انجلترا وقد صور " هوجارت " معرفته الحقيقية بالشخصيات

وتنوعها والمبالغة الموجودة في الكاريكاتير وفي لوحته المسماة شخصيات وصور كاريكاتيرية إلى سخر فيها فيما يشبه الهجاء من رسومات عائلة كراتشي وإلى اعتبرها " فكاهة تافهة " ومن ثم قال أن الكاريكاتير هو الفن الذي يسعى جاهداً إلى عرض الشخصية والحقيقة الأخلاقية وذلك في مقابل فن الكاريكاتير الإيطالي والذي كان يقصد من ورائه فقط في رايه مجرد السخرية والاستهزاء والتحقير.

وفي الوطن العربي ونتيجة الغليان السياسي الذي لتهده على المحاور الداخلية والخارجية، فإن الكاريكاتير السياسي ارتدى أهمية خاصة، حيث تدور من الأقطار العربية صراعات داخلية شبه مستمرة ولذلك رسامين مبدعين في الكاريكاتير السياسي يعبرون بأفكارهم عن هذه المحاور مثل بهجت عثمان، على فرزات، ناجي العلي وغيرهم.

٢- الكاريكاتير الاجتماعي:

هو الرسم الساخر الذي يعالج موضوعاً اجتماعياً مثل مشاكل الطلاق والأزواج وإدمان المخدرات وأحوال الموظفين وغيرها والكاريكاتير الاجتماعي يلامس الكاريكاتير السياسي في الكثير من النقاط فمثلاً: في معالجة لموضوع مثل الرشوة فهنا الكاريكاتير بين اجتماعي وسياسي ولكنه يبقى في إطار الكاريكاتير الاجتماعي لأنه يعالج ظاهرة عامة، أم كانت رشوة محددة لرجل من رجلان السياسة فهو ينتمي إلى نوع الكاريكاتير السياسي لأنه يضع أمامه أهداف سياسية هي الضغط على هذا الرجل الذات.

ويحتل الكاريكاتير الاجتماعي فالأخير يعالج قضايا عامة متجددة في المجتمع وقد تحتاج إلى جهود منظمة وطويلة الأمد للتخلص منها أما الكاريكاتير السياسي فإن مجموعة من الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف كفيلة بإسقاط شعبية سياسي هام.

٣- الكاريكاتير الفكاهي:

وهو ذلك الرسم الكوميدي الذي يخلو من الانتقاد، ويتوقف هدفه على إثارة الضحك فقط دون الحصول على أهداف أخرى اجتماعية أو سياسية، وقد رجت العادة على النظر إلى الكاريكاتير الفكاهي نظرة احتقار واستصغار وخاصة في المجتمعات

التي تعاني من الاحتقان السياسي والاجتماعي وباعتباره كاريكاتيراً فارغاً لا مضمون له حيث يمكن خوفهم من الدور التخديري للكاريكاتير الفكاهي.

٤- الكاريكاتير البورترية:

وهو ذلك الرسم الذي يصور وجه إنسان محدد مستخدماً أسلوب المالغة الكاريكاتيرية في الرسم، وقد لا يكتفي الرسم بتصوير ملامح الوجه بل تضيف أعضاء وأجزاء جسم الإنسان المتبقية ولكنه يركز بشكل أساسي على الوجه.

وينقسم هذا النوع من الكاريكاتير إلى أنواع ثلاثة هي:

١- البور ترية الودي:

ويستخدم المبالغة فقط في تصوير ملامح بطله دون وجود عناصر قد تلمح إلى أشياء أخرى أو اضافات غير بريئة ومن أمثلة هذا النوع ما يقوم به كثير من الفنانين الذين يصورون أصدقاءهم ومعارفهم من المشاهير برسوم كاريكاتيرية توصف بالبور تريه الودي.

٢- البور تريه المحايد:

وهو يرسم بدوافع أخرى غير الإعجاب مثل أن تطلب هيئة التحرير مثلاً صورة لشخص من رجال السياسة أو المشاهير لإرلفاقها بمادة في الصحيفة عنه.

٣- البور تريه الهجائي:

وهو الذي يحتوي إضافة إلى المبالغة الفنية عناصر مهينة مثل إعطاء الشخص ملامح القرد أو حيوان معين أو أي مادة أخرى مثل ما حدث في الزمن البعيد رسم دومية حيث قام برسم الملك لويس فيليب على شكل (كمثري) وفي اللغة الفرنسية فإن لفظة كمثري لها معنى مجازي وهو "أحمق" وما يحدث الآن سواء برسم يدوي أو بإدخال بعض المؤثرات الفنية باستخدام الحاسب الآلي بتحويل هذه الشخصيات إلى حيوانات أو ما شابه ذلك.

٤- الكاريكاتير الفلسفي:

وهو الذي يتناول موضوعات فلسفية أو يعالج حالة نفسية للإنسان من داخله وعلى الرغم من غموض هذه الرسوم إلا أن الهدف منها هو تنشيط التفكير ودفعه للاستنتاج وهي عادة ما يكون جمهورها محدود وغالباً من المثقفين.

وظائف الكاريكاتير في الصحافة:

أدى التطور الهائل في تكنولوجيا الطباعة إلى عدة نتائج تنسحب بعضها على الوظائف الاجتماعية والاتصالية للكاريكاتير هذا فضلاً عن الوظائف الخبرية للكاريكاتير في الصحافة ووظائف أخرى.

أولاً: ومن ناحية الوظائف الاجتماعية والاتصالية:

١- تحقيق الانتشار عن طريق المطبوعات اليومية الإخبارية، وهو ما جعل الكاريكاتير لصيقاً بالأخبار الجارية في حالات كثيرة كما سنرى لاحقاً.

٢- ارتباط الكاريكاتير بوسائل الإتصال الجماهيرية المطبوعة الممثلة في الصحف والمجلات، وإن كان قد بدأ ينتشر خلال شبكة الانترنت.

٣- زيادة شعبية الكاريكاتير الذي يوصف بأنه من أكثر الفنون الشعبية انتشاراً.

٤- ترسيخ مفهوم الكاريكاتير كفن عالمي يتخطى حواجز اللغة بحيث ينزع إلى التصدي لهموم بشرية عامة لا تحددها المحلية الضيقة فقد أصبح الكاريكاتير لغة عالمية لا حدود لها، فنحن المصريون نستطيع فهم رسوم لرسام إيطالي أو إنجليزي وفي الوقت نفسه يفهمها الأتراك والألمان.

٥- كما أنه يقوم بوظيفة التاريخ الأكثر صدقاً لوقته وزمنه.

ثانياً: الوظيفة الإخبارية في الصحافة:

وتعدد العلاقات بين أنواع الكاريكاتير السابق ذكرها والخبر في الصحف باعتبار الخبر مادة صحفية بها معلومات تجيب الأسئلة التي يريد أن يعرفها القارئ.

١- الكاريكاتير السياسي والوظيفة الخبرية:

وهو من أشهر أنواع الكاريكاتير في الفترة الحالية، حيث تظهر على الساحة المحلية والعربية والعالمية أحداثاً سياسية خطيرة، يعبر عنها الرسامون في كافة أنحاء العالم برسوماتهم.

٢- الكاريكاتير الاجتماعي والوظيفة الخبرية:

ويلاحظ أن الخبر في الكاريكاتير الاجتماعي يصبح أقل دقة ووضوحاً لأن معطياته أكثر إتساعاً وشمولاً وعمومية حيث أنه يعبر عن ظاهرة اجتماعية واقعية.

٣- الكاريكاتير الفكاهي والوظيفة الخبرية:

حيث توجد في الكاريكاتير الفكاهي أيضاً خصائص الخبر، ولكنه يعتمد على مفارقة خيالية ليس لها في الغالب أساس واقعي ولذلك فإن الخبر فيه يصبح محصوراً في إطار الرسم وتقل فيه الوظيفة الخبرية ويمكن اعتبار تلك الوظيفة قائمة من الناحية النظرية فقط أما من الناحية العملية فهو ليس هنا خبراً.

٤- الكاريكاتير البورتريه والوظيفة الخبرية:

فتكراراً رسم الوجه معين يدل على أن هذا الوجه هو شخصية مهمة في ذلك الوقت أو الزمن الذي نشرت فيه الرسوم ويروي عن رئيس فرنسا (ويجول) أنه صرح لبعض مقربيه ذات يوم بأن شعبيته انخفضت عندما سألوه عن سبب هذا الاستنتاج قال: لقد انخفضت عدد الرسوم الكاريكاتيرية التي تتناولني في الصحف فشهرة الإنسان هي التي تجعله هدفاً للبور تريه الكاريكاتيري.

ثالثاً: الوظيفة الجمالية للكاريكاتير في الصحف:

هل يمكن أن يكون الكاريكاتير جزءاً من الفنون الجميلة، وهل يحتوي على عناصر جميلة ؟.

ويمكن الإجابة على هذه الأسئلة من خلال تعريف إدوارد فوشز وآخرين للكاريكاتير حيث عرفه فوشز بأنه التحليل الفلسفي للعنصر الكوميدي المضحك وهو قناة لحديث جمالي متناغم فليس بدعاً أن يكتسب الضحك طابعاً "جمالياً" على الرغم من أنه ينصب في صميمه على وصف القبح وتصوير الشر وعرض الرذائل ونظراً لانتماء الكاريكاتير للفنون التشكيلية، فإنه لابد أن يكون له وظيفة يؤديها وتتخلص هذه الوظائف الجمالية في:

١- تنمية الذوق الجمالي لدى القراء وهم من فئات مختلفة واتجاهاتهم مختلفة وليس الضروري أن يكونوا من متذوق الفنون التشكيلية ولكن فن الكاريكاتير يخرج عن هذه القاعدة ويخلق الحد الأدنى من الصلة بالفنون التشكيلية لدى الجمهور الواسع حيث يكون بتقديمه لتقنيات الجرافيك المختلفة قد عود المشاهد على تقبل هذه الخطوط المرسوم منها وبالتالي الشعور بجمالياتها

وبخروج القارئ عن المألوف وينظر بعين الفاحص إلى ما يرى من مشاهد يصورها له الكاريكاتير.

٢- يقوم الكاريكاتير بإضفاء صفة جمالية على صفحات الجريدة أو المجلة حيث يلعب أيضاً في بناء هندسة الصفحة، وينفذ دوراً جمالياً كبيراً بالاعتماد وعلى الانعكاس البصري الذي يولده النظر إلى صفحة الجريدة هذا بالإضافة إلى أنه يقدم موضوعات تعتمد على السخرية ويختلف هذا الموضوع عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

رابعاً: الوظيفة الاقتصادية للكاريكاتير في الصحف:

حيث تعتبر هذه الوظيفة من الوظائف الهامة في الصحافة حيث يؤمن الكاريكاتير للصحيفة بشكل آلي جمهوراً أوسع، وبذلك يرفع دخلها عن طريقة مضاعفة عدد النسخ المباعة مما يجعل بالتالي الإعلانات تنهال على الصحيفة فيزداد سعر الإعلان، مما يؤدي إلى رفع المواد المالية للصحيفة.

خامساً: الوظيفة التربوية:

وتتضح هذه الوظيفة من خلال طبيعته الناقدة التي يعالج فيها ظاهرة سلبية بشكل أساسي (الكاريكاتير السياسي والاجتماعي) ويدعو بشكل مباشر أو غير مباشر للوقوف ضدها، وبالتالي فهو يربي الجمهور على العداء والتصدي لهذه الظاهرة وهذه التربية قد تكون موجه إلى شخص ما محدد كما هو والتي قام فيها بفضح الذي عرف بفساده والتي يقوم بها الفنان.

وقد تكون التربية موجهة ضد مجموعة من الناس تشكل حزباً سياسياً أو قد تكون ضد ظاهرة محددة ويتفوق الكاريكاتير الاجتماعي في تأديه هذه الوظيفة التربوية لأن الأسس إلى تنبي عليها المواقف في هذه الظاهرة أو تلك أكثر ثباتاً وعمومية وتمثل مواقف الأغلبية الساحقة من الجمهور.

سادساً: الوظيفة الإتصالية:

وباعتبار الكاريكاتير رسماً فهو أحد أشكال اللغة التشكيلية، فهو وسيلة للإتصال بين الفنان والجمهور أولاً وبين الصحيفة والقراء ثانياً.

وتبدو أهمية الاتصال بين الشعوب عن طريق الكاريكاتير هامة جداً حيث يتم خلاله التعريف بهذه الشعوب بعضها بعضاً ، حيث يعبر الكاريكاتير عن التركيبة النفسي الاجتماعية لهذا الشعب أو ذاك وبالتالي يسمح بالإطلاع عل إنتاج الشعوب الأخرى وإبداعاتها وثقافاتها ، ومن خلال معرفة الأمثال الشعبية والحكايات والعادات والتقاليد التي يعبر عنها الكاريكاتير.

سابعاً: الوظيفة المعلوماتية:

فإن كثيراً من رسوم الكاريكاتير تستخدم معلومات قد تكون جديدة بالنسبة للقارئ وليس الهدف من الرسم إيصال معلومة للجمهور فقط بل تحقيق هدف هو إستخدام رموز لإيصال معلومة معينة.

ثامناً: وظيفة الإثارة والإبداع:

ويمكن تسميتها أيضاً بالإيحاء حيث يقوم رسم ما بالإيحاء للفنان بإنتاج رسم آخر وهذا الرسم الجديد يوحي برسم ثالث أو فترة وهذا ما حدث بالفعل مع الفنان مصطفى حسين وشخصياته كمبوره وعبد الروتين والأليت وعزيز بك وقاسم السماوي فعندما شاهد الرسام إنتاجه الشخصي يحاول تطوير الفكرة وتعليها ويلقي الضوء عليها وعلى الجميع زواياها وبالتالي يكون قد أضاف في كل رسم بعد آخر جديد يبدأ في توليد أفكار جديدة وتطوير الفكرة.

صحافة الفكاهة:

يعتبر الضحك غريزة إجتماعية واستعداداً موروثاً عند الإنسان ولهذه الغريزة حالة انفعالية مصاحبة لها وهي التي ندعوها السرور والمرح، وهي ككل الغرائز يتفاوت مقدارها عند الأشخاص.

وقديماً فطن العلماء إلى فائدة الضحك وأثره في النفوس، فكانوا إذا مدحوا لرجل قالوا "أنه ضحوك السن بسام الثانايا" وروى عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال:" روحوا هذه القلوب والتمسوا لها طرق الحكمة فأنها فأها تمل كما تمل الأبدان" وقد ذكر الفيلسوف الصيني المعاصر "لين يوتانج" في كتابه "فن الحياة" مبيناً أثر الفكاهة أن الدكتاتوريين يبدون دائماً بين متجهم أو متعاظم أو غاضب، أم رؤساء الدول الديمغراطية فهم بسامون ولذلك يحبهم الناس، والرجل من أولئك الطغاة ينتضخ صدره

كبراً واعتزازاً بنفسه حتى يفقد رو الفكاهة فيفقد معها كل ذرة من حسن التقدير، وهذا أيضاً سر التعصب المقضي إلى نشوء المتاعب.

ويقول الكاتب الفرنسي أندرية موررا في كتابه "العواطف والعادات" sentiments et consumes: أن أسباب السعادة أن يستقبل الإنسان الحياة بثغر باسم ونفس راضية وروح فكهة، فإن ذلك يهون له من صعاب الحياة ويقرب له من أسباب السعادة.

وقد اتفقت الأديان كما اتفق الأنبياء والعلماء على أن يواجه الإنسان الحياة بثغر باسم ونفس راضية كما أن الفكاهة ليست من الإثم في شئ والضحك دواء للقلوب وليس من شك ان هنالك أسبابا كثيرة تدعو ا الي الضحك منها ان يكون سلوك الاخرين غير طبيعي 'فتكون المفارقة مدعاة للفكاهة كما يكون سلوك الشخص منبعا للسخرية والتهكم والتندر والفكاهة وقد تلعب الالفاظ دورا كبيرا في هذا الميدان سواء بالاختصار أو الحزف أو تبديل الكلمات أو التلاعب اللفظي.

وقد أتخذ كثيرا من علماء النفس الفكاهة وسيلة من وسايل دراسة الشعوب واستخدم العالم النفساني فوريد النكات الجنسية وسيلة لدراسة الأشخاص والشعوب ومعرفة الأفكار السائدة لديها والنزاعات المكبوتة في نفوس أهلها.

ومن هنا نستطيع القول أن الروح الفكاهية التي تنتشر في مجتمع من المجتمعات تفصح عن البيئة التي تسيطر على هذا المجتمع وألوان الحضارة.

نشأة صحافة الفكاهة:

خلقت الأجواء التي كان المصريون يعيشون فيها مجالاً للفكاهة والضحك برغم ما في المواقف من عنف وشدة، ولكن ألم يقل الشاعر القديم: شر البلية ما يضحك.

حتى إذا ما جاء القرن التاسع عشر وبدأت الصحافة الشعبية تظهر في النصف الأخير منه، حتى صدرت صحف هزلية شتى تهتم إهتماماً عظيماً بجانب الكاهة وتحاول الترفيه عن المصريين بما تريحه من مقالات وما تنشره من نكات.

وما طلع القرن العشرين على مصر حتى كانت الصحافة الفكاهية في مصر شقت طريقها إلى الحياة والبقاء، ومن أبرز هذه الصحف والمجلات في الفترة التنكيت والتبكيت للسيد عبد الله النديم، والنسناس وأبو زيد، والصوت الصارخ والصياد والرشيد والأزبكية، والنيل وصديق الفكاهة وعفريت الحمارة، الجان والمرصاد

والكشكول وإياك والضحوك والديك زعصفور الليل الحاوي والبلابل وغيرها وكانت هذه الجرائد والمجلات تناولت الحياة الإجتماعية في مصر بطابع السخرية والفكاهة وتنتقد الأراضي الإجتماعية المتوطنة في البلاد انتقاداً ضاحكاً هازلاً غير أنه في الحقيقة والواقع رغبة في الإصلاح وسعى إلى الرقي وإلى التمثل فيه، ولذلك كانت الفكاهة كاشفة عن القيم التى تسود مجتمعاً من المجتمعات.

وما يهمنا هنا التحدث عن الصحافة الفكاهية التي ظهرت في مصر باعتبارها وسيلة من وسائل محاربة البدع والخرافات وانتقاد إسراف المرأة في التحرر والسفور وما لها من دور كبير في مقاومة الاستعمار بأساليبه التهكمية اللاذعة واتجاهها الفكاهي الضاحك كما قامت بنقد المجتمع العربي والبيئة المصرية نقداً مراً، وسخرت من التقاليد والعادات البالية وحاولت بشتى الطرق التخلص من العادات الذميمة.

فمع ظهور الصحافة العربية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر ظهرت الصحف الهزلية أو الفكاهية ومنها مثلاً صحيفة أبو نظارة التي التي أنشأها يعقوب صنوع عام ١٨٧٦م في مصر، حيث استعان فيها لااللغة الدارجة والصور الكاريكاتورية، وانتقد فيها الخديوي الصحيفة ونفاه إلى فرنسا فكان يرسل بصحيفته من هناك إلى مصر في أسماء مستعارة حتى تصل إلى قرائه فمرة يسميها أوصفارة ومرة يسميها الحاوي الكاوي.

وظائف صحافة الفكاهة:

١- التخفيف من وطأة القيود الإجتماعية:

فالفكاهة صمام أمان للتعبير عن الأفكار المرتبطة بجوانب ترتبط أكثر من غيرها بالقيود الاجتماعية وتتعلق هذه الجوانب بالسلوكيات البشرية وتلعب الفكاهة والكاريكاتير دوراً في هذا السلوك التنفيسي بحيث تعمل بشكل خاص على تصريف بعض الطاقات إلى تراكمت لأصبحت ذات فاعلية سلبية في المجتمعات المختلفة.

٢- التنقيد الاجتماعي:

فمن خلال السخرية والنكتة تنقد بعض المؤسسات الاجتماعية والسياسية والأشخاص والسلوكيات، كذلك خفض التوتر وتصحيح بعض الأوضاع الخاطئة ومادام الإحباط هو أحد مصادر العدوان فإن هؤلاء الذين يحبطون الأهداف ويمنعون

تحقيقها قد يكونون هم الموضوع الذي توجه إليه السخرية أو الفكاهة (رجال السياسة، القضاة، المعلمون، موظفو الحكومة...الخ).

٣- ترسيخ عضوية الفرد في الجماعة:

يرتبط الضحك بالإستمتاع مع الآخرين وبوجودهم، وقد يضحك الناس هؤلاء الذين يخرجون عن معايير الجماعة وقيمها رغبة في أن يعيدوهم إلى نطاق هذه المعايير والقيم مرة أخرى.

٤- أسلوب لمواجهة الخوف والقلق:

فالضحك يجعلنا نعلو على المواقف المربكة، وعلى المخاوف المقلقة وعلى الصراعات المهلكة.

٥- اللعب العقلي:

فقد يكون الفكاهة نوعاً من اللعب العقلي أو المباراة المعرفية فالفكاهة تمنحنا نوعاً من التحرر المؤقت من سيطرة القوالب النمطية والطرائف المنطقية الجامدة من التفكير وتسمح لنا بالهروب المؤقت من قيود الواقع وحصاراته.

ويمكن ذكر بعض الوظائف للصحافة الفكاهية:

١- تحقيق التواصل والإتصال والتفاعل الإجتماعي بين الأفراد والجماعات.

٢- ممارسة التحكم في سلوك الآخرين عن طريق السخرية مثلاً، أو عن طريق إثارة الإهتمام، وإزالة الخوف، والتشجيع من خلال تجاوز الرسميات.

٣- تعكس الفكاهة الفروق في المكانة الترتيبية (الأعلى والأولى) بين الأفراد والجماعات.

٤- قد تستخدم الفكاهة في مهاجمة السلطة بأشكال كافة السياسية والدينية والأسرية.

٥- قد تستخدم الفكاهة لتعزيز التماسك الاجتماعي.

٦- تعمل الفكاهة على حدوث حالة من التطهر الجماعي للإنفعالات السلبية المتراكمة بفعل أحداث الحياة السياسية أو الاقتصادية الشبيه.

٧- قد تعمل الفكاهة على تحديد أنماط السلوك المقبول من خلال النقد والسخرية والكشف للمثالب والعيوب الإجتماعية السائدة.

٨- قد تساعد تحليل بعض أنماط الفكاهة كالكاريكاتير على معرفة اتجاهات الناس وميولهم وإنشغالاتهم، مما قد يساعد بعض صناع القرارات على تعديل بعض القرارات الخاطئة وتحسين بعض الظروف السيئة إذا توافر لديهم الوعي بأهمية هذه التحليلات، وتوافر لديهم الرغبة والإرادة أيضاً.

صحافة الجريمة:

تأتي أهمية وخطورة هذه النوعية من الصحافة، بعد أن توسعت الصحففي نشر الاخبار التي تتعلق بالحوادث والجريمة، وتسبقها في تغطية هذا المجال، بل وأصبح هناك صحف متخصصة لها مثل صحيفة "اخبار الحوادث" الصادرة عن مؤسسة أخبار اليوم.

وتعتبر أخبار الحوادث والكوارث والمحاكم والجرائم التي تستوفي الصحيفة بحثها وتعرضها عرضاً شيقاً، من الزوايا الهامة التي تهم الرأي العام وتجذبه، وتعتبر عادة من أكثر مواد الصحيفة جذباً للقراء، حيث أنها تجمع الى الناحية الاخبارية طرافة القصة الواقعية، والارتباط بحياة الناس ارتباطاً وثيقاً، حيث يرون في هذه الاخبار ما يمكن ان يحدث لهم، أو ان يكونوا عرضة لأن يتكرر معهم بشكل من الاشكال.

المبحث الأول:

الجريمة حدث غير مألوف لا يتفق مع طبيعة الحياة، ولهذا السبب فإن كثيراً من الجرائم تستحق أن تتحول من حدث إلى خبر ينشر في الصحف.

ولقد إستخدمت لجنة تعريف الجريمة التعريفات التالية لثماني جرائم:

- **جريمة القتل مع سبق الإصرار والترصد: وهي القتل المتعمد.**
- **الإغتصاب بالإكراه: وهو التعرض الشهواني بالقوة على أنثى وضد رغبتها، وهذا يشمل الإعتداء أو المحاولة لإرتكاب الإغتصاب.**
- **السرقة: أخذ أو محاولة أخذ أي شئ ذو قيمة من حيازة شخص أو أشخاص، بالقوة أو بالتهديد أو بالعنف أو بالتخويف.**
- **الإعتداء الخطير: إعتداء غير قانوني يقوم به شخص على آخر بغرض إحداث إصابة جسدية خطيرة به.**
- **السرقة بالإقتحام: وهناك ثلاث تصنيفات للسرقة بالإقتحام: الدخول بالقوة، والدخول غير القانوني بدون إستخدام القوة، ومحاولة إستخدام القوة للدخول.**

- السرقة: الاخذ غير القانوني أو الحمل أو الإقتياد، أو نزع ملكية شئ ما من مالكها. وهذا يشمل السرقة من المحلات، النشل، نزع الحقائب والسرقة من العربات.
- سرقة السيارات: وهي سرقة او محاولة سرقة سيارة
- الإحراك المتعمد: الحرق المتعمد المصر بنية السرقة، أو بدون عزم على السرقة لمنزل او لمبنى او لسيارة، أو الملكية الشخصية لشخص آخر.

وهكذا يدخل مفهوم الجريمة كل خرق للقوانين، كالقتل والخطف والاغتصاب، وجرائم العرض والسرقة والإختلاس والتبديد والسب والقذف والتحايل على القانون، ويتسع مفهوم بعض الصحف لصحافة الجريمة بحيث يغطي حوادث التصادم وقد لا يكون وراءها قصد إجرامي، مثل حوادث الغرق والإنتحار وسقوط المبانيوتحطم الطائرات والعواصف، وتصادم القطارات والحرائق، ولعل هذا هو السبب في تسمية الصفحة المتخصصة في نشر أخبار الجريمة في كثير من الصحف بصفحة " الحوادث".

أخبار الجريمة وسياسة الصحيفة:

هناك من يقول إن إصدار صحيفة خالية من أخبار الجريمة، مثل صناعة كعكة بدون دقيق، او تسيير سيارة بدون بنزين. فإلى أي حد تتوسع الصحيفة في نشر أخبار الجريمة؟ ،وأي نوع من الجرائم ينشر؟ ولماذا تظهر قصة جريمة فوق الصفحات الأولى لعدة أيام او أسابيع، بينما تنتهي قصة أخرى في سطور؟

لا تكون الجريمة خبراً إلا إذا كانت مثيرة من عدة زوايا، فكم من الحوادث قد إرتكبت ولم تشر إليها الصحف بحرف واحد، بينما حادثة أخرى ارتكبت بمطواة مثلاً ونشرت قصتها في الصفحة الاولى بتفاصيل كثيرة وصور. فما هي العوامل التي تجعل الجريمة خبراً؟

١- أهمية الاشخاص: والمعروف أن اسماء البارزين في المجتمع عامل رئيسي في اي خبر صحفي، فما الحال اذا كان لهذا الاسم علاقة بمخالفة القانون – كما أوضحنا ؟

٢- أهمية المكان: فكل يوم تقع في الشوارع والازقة عشرات من المعارك بالايدي، ولكنها تمر دونأن يذكرها احد، اما اذا حدثت معركة مثلا في جامعة الدول

العربية مثلا، أو في نادي رياضي؟ لتكونت قصة خبرية مثيرة، أو كما حدث من كارثة انهيار برجي التجارة العالمي بالولايات المتحدة الامريكية.

٣- الخسائر في الممتلكات: لا شك أن سرقة رجل في الشارع أق أهمية من سرقة بنك، فالجمهور القارئ دائماً يهتم بمعرفة الحوادث التي ضاعت فيها ممتلكات، ويريد معرفة تفاصيل كيفية ارتكاب الحادث.

٤- الغموض والتشويق: يعرف كتاب الروايات البوليسية والمغامرات كيف يجذب انتباه القراء، وكذلك يفعل صحفي الحوادث، فكلما ازدادت الجريمة غموضاً وتعقدت خيوطها، كلما ازداد اهتمام الناس بها، ولكنها تموت في اليوم الذي حلت فيه العقدة، وهناك في صحافة الحوادث ما يسمى بمغناطيس الغموض، فكما سبق القول، يزداد اهتمام القارئ بالجريمة كلما كانت غامضة، ويستثمر الصحفيون هذا العامل أحسن استثمار، فكثيراً ما تروى اخبار جريمة ما على مراحل، أولاً اكتشاف الجريمة، ثم يبدأ البحث عن المجرمين، وقد يستغرق ذلك أياماً، وتقبض الشرطة على من يشتبه فى أمرهم، ثم ظهور عوامل كانت مجهولة في شكل اعتراف أو اتهام جديد، ودراسة عاجلة لقصص الجريمة في الصحف تبين كيف أن الجريمة الواحدة تتغير بين طبعة واخرى، ومن يوم الى يوم.

٥- الاحاسيس الانسانية: لعل صحفي الحوادث من أكثر الصحفيين قرة على استيفاء مادة القصص الانسانية، حيث حيث تظهر العواطف الانسانية كلها في قصص الجريمة

ووراء كل هذه العوامل – منفردة أو مزدوجة أو مختلطة – توجد المواقف والظروف التي تعتبر المصدر الرئيسي للقصص الكبرى في الجريمة مثل النزاع بين العامل وصاحب العمل، والزواج غير السعيد والخلافات الزوجية، والحقوق والرغبة في السلطة والمال، وغيرها كثير، وعندئذ يصبح الاشخاص في هذه الجرائم رموزاً، والحوادث صراعاً بين آراء ودوافع، تصبح القصص المنشورة فوق صفحات الجرائد موضوعاً لدراسات أساتذة علم النفس والاجتماع.

لهذا ولأسباب أخرى اختلفت آراء خبراء وأساتذة الصحافة حول التغطية الصحفية لأخبار الجريمة ما بين مؤيد ومعارض.

فهناك من يعارضون نشر هذا اللون من الاخبار، ولهم اسبابهم، والتي تتمثل بعضها في:

* ان التوسع في نشر تلك الاخبار يجعل الجريمة جذابة والمجرم شخصاً خيالياً، وتكون النتيجة أن الشباب المغامر يحاول أن يتقفى أثر هؤلاء المجرمين ليكون له نصيب من بريق الجريمة، بمعنى ان التوسع في نشر اخبار الجريمة يساعد على انتشارها ويساعد على ارتكابها، وخاصة انه غالباً ما تمر فترة زمنية طويلة بين وقوع الجريمة وبين صدور الحكم فيها وبالتالي فالقارئ يقرأ اخبار الجريمة دون ان تضمن قراءته العقاب الذي ناله المجرم.

- ان الصحف تعرض اخبار الجريمة عرضاً سيئاً ودون بذل اي محاولة من جانبها لتحليل اسباب وقوعها أو الاحوال التي حدثت فيها.
- غالباً ما تعطي بعض الصحف صورة خاطئة عن الحادث بسبب المبالغة التي تقتضيها عوامل التوزيع.
- بعض الصحف تجعل من نفسها قاضياً في تلك الجرائم تنصب من نفسها محكمة تصدر احكام على المتهمين، وهذا ليس من حق الصحافة.
- الجو الذي تخلقه الصحافة بالنسبة للجريمة يؤثر على شهادة الشهود وفي احكام القضاة.
- اخبار الجريمة تعرف المجرمين بحيل رجال الشرطة واساليبهم في القبض على المجرمين.
- ان الصحف تحدث بلبلة في افكار المجتمع بالنسبة للجريمة وتزعزع الثقة والمثل العليا والعادات والتقاليد والعقائد الموروثة.

لذلك يطالب اصحاب هذا الرأي الصحف بأن تقلل ما أمكن من المساحة التي تعطيها لاخبار الجريمة، وان تحتاط في الطريقة التي تنشر بها قصة الجريمة والصور لتي تصحبها عادة.

وعلى الوجه الآخر، هناك من يؤيد نشر هذا اللون من الاخبار، ولهم اسبابهم، والتي تتمثل بعضها في:

- ان نشر اخبار الجريمة يمنع من تكرارها، حيث ان نشر ما يحدث على مسرح الجريمة يدفع الباحثين الاجتماعيين وغيرهم الى معالجة هذه الجرائم، فقد أوضح البعض ان الحملات الصحفية المتواصلة عن جرائم الاغتصاب الى قيام الهيئات النوط بها اصدار التشريعات بمصر، باصدار قانون يشدد العقوبة على من يرتكب جرائم الخطف من أجل الاغتصاب تصل الى الاعدام.
- نشر اخبار الجرائم يجعل الناس يتجنبون الفضائح مما يقلل من السلوك الاجرامي.
- اخبار الجرائم تعرف الناس بأساليب المجرمين فيتخذ الجمهور حزره منهم، كما تساعد على كشف غموض هذه الحوادث.
- ان نشر العقاب الذي يناله المجرم يردع الآخرين من التفكير في ارتكاب الجريمة.

يرى أصحاب هذا الاتجاه ان الجريمة جزء من الواقع الاجتماعي وتجاهل هذا الواقع يحرم الصحافة من أداء جزء من واجبها كمرآة للحياة الاجتماعية، وان منع نشر الجريمة لا يقلل من وقوعها، وانما يزيد من انتشارها.

وهناك رأي ثالث يميل الى ان نشر اخبار الجريمة ضرورة اجتماعية لانه يمكن الصحيفة من اداء وظيفتها الاخبارية في تلبية احتياجات القارئ في الاحاطة بما يجري من حوله من احداث، على ان تلتزم الصحف بالتالي:

- عرض وقائع الجريمة بكل صدق وموضوعية ودقة.
- البعد عن الاثارة في عرض القصة الخبرية التي تحتوي عليها الجريمة وخاصةً "جرائم الاداب".
- ان تقوم الصحف بتفسير بعض الجرائم وتحليل ابعادها ودلالاتها ودوافعها، مع الحرص على تقديم الحقيقة وحدها.

مصادر التغطية الصحفية لاخبار الحوادث:

هناك سبعة اقسام اساسية للتغطية الصحفية لشئون الجريمة هي:

أولاً: اقسام الشرطة وسجلاتها: حيث تتجمع الجرائم ويحجز المتهمون لفترة من الوقت قبل الافراج عنهم او ترحيلهم الى السجون، وعادة ما تكون بدايات الجرائم والخيوط الموصلة اليها من داخل اقسام الشرطة حيث يتم الابلاغ عن المنازعات والمشاحنات وعن المفقودين او المسروقات، لذلك محرر شئون الجريمة مطالب بأن تكون له علاقة قوية مع رجال الشرطة والمرور يومياً على أكبر عدد من اقسام ومراكز الشرطة، وان يطلع على السجلات اليومية للنشاطات الاجرامية، ويختار منها ما يستحق التغطية الصحفية.

ثانياً: رجال النيابة وجهات التحقيق:فالتغطية الصحفية للجريمة لا تقف عند حد الحصول على تفاصيل الواقعة، وانما لابد من تتبع تطوراتها واستكمال جوانبها المتعددة مثل التحقيق مع المتهمين، واعترافاتهم وهل هناك شركاء في الجريمة ام لا؟ ومعرفة تقرير الطبيب الشرعي وهل هو في صالح المتهم ام ضده؟ وغير ذلك من المعلومات التي يتطلب الحصول عليها ان يكون المحرر على علاقة قوية مع رجال النيابة وجهات التحقيق.

ثالثاً: المحامون: فعن طريق محامي المتهم يمكن الحصول على كافة التفاصيل الخاصة بموقف المتهم في القضية، وتفيد علاقة الصحفي مع المحامين في حالات كثيرة وخاصة عندما يمتنع رجال الشرطة وجهات التحقيق عن التحدث حول الجريمة، أو عندما يفرض المحققون نطاقاً من السرية على جلسات التحقيق أو تصبح جلسات المحاكمة سرية.

رابعاً: المحاكم وسجلاتها: كثيراً ما تظهر اثناء المحاكمات خفايا العديد من الجرائم، لم يكشف عنها اثناء وقوع الجريمة، أو خلال التحقيق فيها، كما تتضمن سجلات المحاكم العديد من الجرائم الهامة التي لم تنتبه الصحافة الى خطورتها اثناء وقوعها، ولذلك فسجلات المحاكم وجلساتها تعد مصدراً من مصادر محرر الحوادث والقضايا ولايقل عن ذلك أهمية كتبة المحكمة، فهم الذين يقومون باعداد قوائم المحاكمات ومواعيد الجلسات وجداول القضايا،

ولديهم سجلات بكل الاجراءات والاوامر القضائية فهم الذين يتلقون الطلبات والاقتراحات والغرامات والتعامل مع أعمال المحكمة الأخرى.

خامساً: الجناة والمجني عليهم والشهود: وهم من الشخصيات المرتبطة بالجريمة، ويعتبروا في حالات كثيرة من أهم المصادر التي تمد المحرر بالمعلومات.

سادساً: الجمهور: حيث يعتبر الجمهور المصدر الأهم "في بعض الحالات وربما الوحيد الذي يقود صحفي الحوادث الى معلومات جديدة عن الجريمة في الحالات التي يكون فيها الفاعل مجهولاً".

سابعاً: مصادر أخرى: يمكن أن تفيد صحفي الحوادث ومنها رجال المطافئ والموانئ والمطارات والسكك الحديدية، والعاملون بالسجون المختلفة، والموظفون بمكاتب الصحة... وغيرهم من المصادر التي تمد الصحفي بالمعلومات.

الجريمة الالكترونية:

شهدت ساحات القضاء والنيابة في العالم، وفي الوطن العربي ومصر خلال الفترة الماضية أشكال جديدة غير مسبوقة من الجرائم التي ترتكب من خلال الحاسب الآلي والانترنت، ويسميها البعض بالجرائم المعلوماتية والآخر يطلق عليها "الجرائم الالكترونية". واياً كان المسمى فقد تعددت أشكال هذه الجرائم منها ما يتم تصنيفه تحت عنوان المواقع والقوائم البريدية الاباحية، ومنها إدمان الانترنت وخاصة دخول ما يعرف بغرف الدردشة، وجرائم تشويه السمعة التي تقوم بها مواقع متخصصة في القذف وتشويه سمعة الأشخاص.

ونتج عن ذلك أن أفراد يتعرضون للتدمير المادي والمعنوي، ومؤسسات يتهددها الانهيار، واقتصاد تلاحقه خسائر بلا حصر، ومجتمع تصوب نحوه سهام التفكك تلك هي وغيرها حصيلة الجرائم الناتجة عن الانترنت، والمشكلة ليست فقط في حدوث هذه الجرائم، ولكن الاخطر انها تتعاظم بينما التشريعات والقوانين المنوط بها مواجهتها وضبطها تعاني من شلل قاتل يشل حركة من يلاحقه من رجال الشرطة والقانون ويشتت إنتباه من يحققون فيها.

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في هذا المجال أن الجناة هم مستخدمو الحاسب الآلي بالمنازل، والموظفون الساخطون على منظماتهم، والمتسللون على أنظمة

الحاسب والمحترفون الذين يتسللون الى مواقع مختاره بعناية ويعبثون أو يتلفون النظام أو يسرقون محتوياته، بالاضافة الى العاملين بالجريمة المنظمة، ويتميز هؤلاء جميعاً بالمعرفة والقدرة الفنية الهائلة والحرص الشديد وخشية الضبط وافتضاح الأمر، وارتفاع مستوى الذكاء ومحاولة التخفي.

أنماط وأنواع الجرائم الإلكترونية:

يواجه من يريد التعرف أو التعامل مع الجرائم الالكترونية عدة تحديات منها انها تتطلب على الدوام جهداً كبيراً ومتواصلاً في رصدها والتعرف على أنماطها وأنواعها لأنها تتصف بالتجدد الدائم والتغيير المستمر فضلاً عن كونها من الاصل جديدة وغير مسبوقة في عالم الجريمة التقليدية.

وبناءً على التقسيم الذي أورده القانون الامريكي النموذجي للجرائم الالكترونية، والعديد من من التقسيمات الاخرى عالمياً واقليمياً ومحلياً، يمكن تقسيم الجرائم الالكترونية الى مجموعات فرعية كما هو الحال في الجرائم التقليدية، مع الأخذ في الاعتبار الطبيعة الالكترونية لكل مجموعة.

وتنقسم الجرائم الالكترونية الى الأقسام التالية:-

أولاً: الجرائم الالكترونية في مجال النفس والاخلاق:

وهي تتخذ صوراً شتى منها القتل بالحاسب والتسبب بالوفاة، وهي جرائم الاهمال المرتبط بالحاسب والتحريض على الانتحار، والتحريض القصدي للقتل عبر الانترنت، والتحرش والمضايقة والتهديد عبر وسائل الاتصال، والاحداث المتعمدة للضرر العاطفي أو التسبب بالضرر العاطفي، أو الملاحقة عبر الوسائل التقنية، أو الاطلاع على البيانات الشخصية، ورسائل البريد الالكتروني غير المرغوب بها، وبث المعلومات المضللة، والانتهاك الشخصي لحرمة الحاسب، بالاضافة الى حث وتحريض القاصرين عبر الوسائل الالكترونية، ونشر وتسهيل استضافة المواد الفاحشة عبر الانترنت، والحصول على الصور والهوايات غير مشروعة لاستغلالها في انشطة غير مشروعة.

ثانياً: الجرائم الالكترونية في مجال الاختراق:

وتشمل أنشطة اقتحام أو الدخول غير المصرح به مع نظام الحاسب أو الشبكة، اما مجرداً أو بهدف ارتكاب فعل اخر ضد البيانات والبرامج وتخريب المعطيات والنظم،

٩- اختصاص القضاء بنظر جرائم الانترنت، والقانون المتعين تطبيقة على الفعل لا يحظى دائماًبالوضوح أو القبول امام حقيقة ان غالبية هذه الافعال ترتكب من قبل اشخاص من خارج الحدود، بالاضافة الى امتداد انشطة الملاحقة والتحري والضبط خارج الحدود يحتاج الى تعاون دولي شامل.

الفصل الثامن

الصحافة الالكترونية

الفصل الثامن
الصحافة الالكترونية

النشر الالكتروني في اللغة:

جاء في القاموس المحيط للفيروز أبادي تحت مادة (ن ش ر) للكلمة (نشر) معان كثيرة منها الريح بصفة عامة، وأحياء الميت، والحياة وانتشار الورق، وإيراق الشجر، وخلاف الطي، والتفريق، وإذاعة الخبر، والمنشور الرجل المنتشر الأمر وربما كان غير مختوم من كتب السلطان.

والنشر من الناحية اللغوية مزيد من الإيجاد والإعلان والتفرق إلي جزئيات صغيرة تتوزع هنا وهناك، وكل عمل أو مادة توجد فيها كل تلك العناصر او بعضها يمكن أن يستعمل فيه كلمة (نشر) أو ما يشتق منها.

وقد استعملت كلمة نشر في الشعر الجاهلي ووردت في القران الكريم وقد أصابها ما أصاب الكلمات من تطور في مدلولاتها اتساعاً وضيقاً او تعديلاً وما يهمنا من تطوراتها الدلالية أنها أصبحت في العصر الحديث تعادل كلمة Publish في اللغة الانجليزية.

التعريف الاصطلاحي:

النشر الالكتروني مصطلح أطلق لوصف نظم تركز علي اختزان وبث المعلومات مع تقديمها بصفة أساسية علي احد منافذ العرض "V.D.T" (Vedio Display Terminal) او انها النظم التي تختزن المعلومات علي وعاء اختزان عالي الكثافة.

ويقول لانسكتر Lancaster بأن مصطلح النشر الالكتروني يمكن تفسيره بطرق مختلفة ابسطها هو استخدام الحاسب الآلي والتجهيزات المرتبطة به لأغراض اقتصادية في إنتاج المطبوع التقليدي علي الورق وأكثرها تعقيداً هو استغلال الأوعية الالكترونية بما في زلك الحركة والصوت والمظاهر التفاعلية في إنشاء أشكال جديدة تماماً من المنشورات.

ويقول سبرنغ Spring بأن النشر الالكتروني هو الاختزان الرقمي (أي بالحاسب) للمعلومات مع تطويعها وبنائها وتقديمها وقد تكون المعلومات في شكل نصي لأي صور ورسوم يتم توليدها بالحساب الآلي.

ويعرف بعض التبوغرافيين وهم المتخصصون في حروف الطباعة (النشر الالكتروني) بأنه النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد مجلات) والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والكتيبات والمطبوعات والملصقات وغيرها وذلك بالاستعانة بالحاسبات الالكترونية في جميع خطوات مراحل الإنتاج من جمع وتوضيب وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع ثم الطباعة.

او انه يشير إلي طريقة إنتاج البيانات والوثائق الكترونياً من خلال مجموعة حاسبات شخصية او صغيرة متصلة معاً بطريقتين اما مباشرة او عن بعد ويذكر والنشر الالكتروني هو استخدام الاجهزة الالكترونية في مختلف مجالات الإنتاج او الإدارة او التوزيع للمعلومات علي المستخدمين وهو ما يماثل النشر بالأساليب التقليدية باستثناء ان المادة او المعلومات المنشورة لا يتم طبعاتها علي الورق بغرض توزيعها ، بل توزع علي وسائط ممغنطة كالأقراص المرنة او المليزرة المدمجة أو من خلال شبكة الانترنت.

تستخدم أجهزة الحاسب الالكتروني الآن في إنتاج صفحات كاملة في الصحف مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم ويتيح ذلك للمخرج الصحفي أن يعد نسخة الصفحة علي شاشة المراقبة بالشكل الزي يريده مطبوعاً علي الورق، كما يستطيع إجراء علي شكل الصفحة ومحتواها بسهولة وتسمي الصورة الناتجة علي الشاشة Wysiwyg ومعناها ان الصورة التي نراها علي الشاشة هي نفسها الصورة التي نحصل عليها علي الورق المطبوع.

طبيعة الكتابة والقراءة في الانترنت:

تختلف الكتابة لشبكة الانترنت من الكتابة للمطبوعات التقليدية مثلما تتفرع المطبوعات لتشمل الكتب والصحف والمجلات والنشرات والمطبقات والشرائح والملصقات وغيرها ولكل أسلوب خاص في الكتابة وطريقة العرض فهنالك مواقع تعتمد علي النص كبناء أساسي وأخري تعتمد علي الصور والفرافيك وبينهما أنواع مختلفة من طرق العرض تخاطب قراء مختلفين.

ولكن في كل الأحوال فإن الفكرة يتم التخطيط لها بشكل يختلف عن التخطيط للمطبوعات التقليدية ويضع المخطط في اعتباره طبيعة النشر في الشبكة وقدرات قراء الشبكة ومستوياتهم اما قراء الانترنت فهم جزء مشارك ولديهم القرار في قول كلمتهم في الوقت الزي يريدونه لأن النشر في الشبكة تفاعلي وهزا لا يشمل الوصلات البينية فقط وانما في سماحه للقراء بالتحرك في كل الاتجاهات وامكانية المخاطبة ومعرفة رد فعل القارئ.

ويرى د. محمد فتحى عبد الهادى وآخرون. أن الحاسبات الإلكترونية استطاعت أن تختصر المساحات المطلوبة لحفظ المعلومات الصحفية وأتاحت استخداماً غير محدود للقصاصات عن طريق الكلمات الدالة key words فى كل قصاصة كما أن الحاسبات الإلكترونية جعلتنا نتغلب على مشكلات الفقد والضياع وأخطاء الترتيب ومكنتنا من استخدام نفس القصاصة بواسطة عدة أشخاص فى نفس الوقت أيضاً استطاعت مكاتب الجريدة فى الخارج أن تستفيد من خدمات (مركز المعلومات الصحفية) والذى يوجد فى المركز الرئيسى للجريدة عن طريق الاتصال المباشر حيث تأتى الإجابة فى نفس اللحظة مسجلة على شاشة تلفزيونية متصلة بمنفذ terminal لدى المكتب الخارجى.

ولكن هناك عدة عقبات تقف فى طريق تنفيذ مراكز المعلومات الصحفية هى:

١/ النفقات الكبيرة

٢/ ماتزال معظم نظم المعلومات الإلكترونية فى مراحلها التجريبية.

٣/ يعتمد مدى كفاءة خدمة المعلومات على كمية المقالات والموضوعات بالصحيفة.

٤/ قد يجد الصحفيون صعوبة فى بادى الأمر استدعاء المعلومات عن طريق شاشة العرض التلفزيونية لان ملامح وشكل هذه المعلومات تختلف كثيراً من شكل الطبوع من حيث التوضيب ومواضع المقالات والموضوعات وغيرها.

٥/ تحويل أرشيف القصاصات الصحفية إلى أرشيف إلكترونى يجعلنا نفقد عدداً من المزايا الجانبية لملف القصاصات مثلاً قد يقودنا إلى اكتشاف معلومات مهمة عن طريق الصدفة وحدها.

ويرى د. شريف اللبان فى كتابة تكنولوجيا النشر الصحفى الأتجاهات الحديثة ان وسائل الإعلام المطبوعة لم تكن تتمتع بكل هذا القدر من الثراء والتنوع والتعقيد فى التصميم لاسيما وأنه قد ظهرت اتجاهات مبتكرة فى التعبير الفنى باستخدام حروف المتن والتعاون والصور مما أدى الى وجود اساليب جديدة ومستحدثة فى التصميم الطباعى.

وبفضل ظهور الأنظمه الالكترونية فى مرحلة ما قبل الطبع أمكن الحصول على الفلم النهائي بتجهيز السطح الطباعي أوحتى تجهيز السطح الطباعي مباشرة.

فى اوئل العقد الماضى بدأ بائعو برامج الكمبيوتر الخاصة بجمع الحروف التقليدية فى تقديم برامج للحصول على تقديم السالبات المفصولة لونياً كما أن آلات المسح الضوئي القوية المستوية وبرامج معالجة الصور المتنوعة قد حولت بعض أنظمة النشر المكتبى إلى حلول فعالة وعلمية بالنسبة للجرائد.

ويذهب د. شريف اللبان إلى القول بأنه قبل دخول نظام النشر المكتبى إلى أقسام الكمبيوتر فى الصحف ولا سيما فى دول أوربا والولايات المتحدة الأمريكية كانت هنالك أنظمة وسطية مهدت الطريق لدخول الأنظمة الجديدة إلى مطابع هذه الصحف مثل آلات المسح الضوئي الصغيرة عالية الجودة وبرامج معالجة الصور وشاشات توضيب الصفحات وتصميمها وأجهزة الكمبيوتر الصغيرة micro computers كما كانت مخرجات هذه الأنظمه يتم الحصول عليها مباشرة على أفلام حساسة مما خلق حلقة وسطية لانظمة النشر المكتبي الأقل كلفة والأيسر تشغيلاً والتى تعد الركيزة الأساسية التى تقوم عليها الثورة الراهنة فى مجال النشر الإلكتروني.

وتاثير نظم النشر المكتبي على الفنون الطباعية كما يرى المختصون يمكن فى **قدرتها على زيادة حجم الإنتاج الطباعي الملون وبالتالي زيادة الإيرادات لايقبال القراء والمعلنين على المادة المطبوعة الملونة بالإضافة ألى.** قدرتها على توفير طرق جديدة لفصل **الألوان وهو ما أدى إلى زيادة كبيرة** فى التطبيقات الخاصة بالنشر المكتبى فى مجال **الجرائد والنشر التجارى خلال العقد الحالى.**

مفهوم النشر المكتبي:

إن مصطلح النشر المكتبي desk top publishing يشير بصفة أساسية إلى تكنولوجيا الحاسب الآلي computeetechology والتى تسمح للمستخدم الفرد بان تصبح لدية ملفات تضم النصوص والإطارات والصور والرسوم فى مستند واحد يتميز بجودة عالية.

وقد عمل هذا المدخل الذى يتضمن (فرداً واحداً / مستنداً واحداً) على تطوير صناعة الطباعة والنشر بصورة غير مسبوقه فيما يشبة الطفرة أو الثورة والآن فإن معظم مستخدمى المكمبيوتر لديهم القدرة على تصميم المستندات وطباعتها وهذا الأمر الذى يتكلف فيما مضى اموالاً كائلة تدفع لشركات الجرافيك..

والكمبيوتر وطباعة الليزر وبرنامج النشر المكتبي تعد الأجزاء الاساسية فى نظام النشر المكتبي واليوم تتضمن أنظمة النشر المكتبي ذات التقنية العالية جهازاً للمسح الضوئي scanner ومودم modem لتعديل الإشارات وبرامجاً للفاكسميل fax software programme يسمح بإرسال المستندات من خلال طريقة الفاكسميل عبرجهاز المدوم كما تتضمن الانظمة الحديثة نظاماً صوتياً sound system يتيح الوصول إلى العديد من مصادر المعلومات المسموعة.

توجد ثلاث مجموعات من البرامج التى تعد الركيزة الأساسية لأنظمة النشر المكتبي. وتتضمن المجموعة الأولى برامج بيدج ميكر page maker وفينتورا بابليسر venture publisher وهي ذات نطاق محدود وتتضمن المجموعة الثانية تطبيقات تتناسب مع المختصين فى مجال التصميم على الفيديو تكس والتليكيس البدايات الأولى لنظم الإعلام التفاعلى وفى نفس العام انشات صحيفة نيويورك تايمز بنك المعلومات informationbank. تم تطوير بنك المعلومات إلى خدمة قاعدة بيانات لكامل محتويات الصحيفة، وفى ١٩٧٠م ظهرت تجربة الاسوشيتدبرس فى نقل الأخبار عبر الحاسوب.

ظهرت بعد ذلك الخدمات بالطلب الهاتفي dila up service والتى أشهرت بها كمبيو سيرف منذ بداية ١٩٨٠م بجانب خدمات الأخبار عبر الفيديو تكس.

وفى ١٩٨١م أنشات فيلد انتربريس fieldinter press مجلة سيفاكس cee fax على الفيديوتكس

وفـى عـام ١٩٨٢م قـدمت نيوزويـك week news محتويـات عـبر خدمـة برسـيتيل البريطانية للفيديوتكس.

وفى ذلك الوقت توسعت خدمات وقواعد البيانات للجمهور من الصحف والمؤسسات الإعلامية الكبيرة الخاصة التى تعمل فى المجالات الاقتصادية.

وفى عام ١٩٨٣م قامت نكسيس nexis لقواعد البيانات بتقديم خدمة نفاذ كاملة إلى نيو يورك تايمز وفى العام التالى قدمت نايت رايدر فوتكست the knight rider uv-text طبعة كاملة من فلادليفيا انكورير وفلادليفيا ديلى نيوز وميامي هيرالد.

وتطورت طبيعة الخدمات عبر وسائل الإلكترونية لتشمل البيع الشراء وانتقلت الصحف من تقديم خدمات قواعد البيانات والخدمات الاخبارية الى تقديم لوحة النشرات الإلكترونية خاصة فى سنوات ١٩٨٥. ١٩٨٨م.

مواقع الصحف على شبكة الا نترنت:

بعد قيام شبكات الحاسوب الكبري بدأ تقديم خدمات الطلب الهاتفي. ففى عام ١٩٩١م وتركت الصحف خدمات الفيديوتكس الى الخدمات الحاسوبية الشبكية بالطلب الهاتفى عبر شركات امريكا اون لاين وبرودجى وكمبيوسيرف ومن هنا بدأ انشاء مواقع للصحف تطورت الى شبكة الانترنت ومن الخدمات التى انشات موقعاً فى هذه الشبكات سي أن ان فى اكتوبر عام ١٩٩٢م وفى نفس العام بدأت شبكة دلفى التجارية الحاسوبية فى تقديم خدمة النفاذ إلى الانترنت وفى عام ١٩٩٠م تنظم الى شبكات كمبيوسيرف وأمريكا أون لاين كل صحف فلوريدا توجى florda today وسان خوسية ميركورى نيوز san jose mercury news ومجلة تايم TIME.

الصحافة الإلكترونية النشأة والتطور:

باختراع جو تنبرج للطباعة بالحروف المنفصله، أصبحت الكلمة المطبوعه وسيله مهيمنه على الاتصال الجماهيري. وقد تمتعت الصحيفة، باعتبارها منتجاً طباعياً والوسيلة الوحيدة للاتصال الجماهيري، بمزية احتكار سوق وسائل الإعلام لقرون عدة حتى بدأت وسائل أخرى فى الظهور مثل: الراديو والتلفزيون. ولمواجهة انخفاض قارئية الصحف منذ أواسط عقد الستينيات بذلت صناعه الجرائد الامريكية مزيداً من الجهود للحد من هذا الانخفاض، بل والعمل على ذيادة عدد القراء. وعلاوة على

تحسين أسلوب عرض المنتج الطباعي من خلال استخدام الصور الفوتوغرافية الملونة، والرسوم المعلوماتية Informational graphics، والإخراج الكتلى modular layout، قامت بعض الجرائد أيضاً بتجريب عملية نشر قصص خبرية تتسم بالتقصير والبساطه وعلى راس هذه الجرائد (يو إيه توداي) U. s. A Today. بالاضافة لذلك، دخلت الجرائد مجال النشر الإلكتروني فى بداية عقد السبعينيات، بتجريب القيديو تكست.

التليتكست والقيديوتكست teletxt and videotext:

إن الجرائد تأكل الغابات، فى حين أن التليتكست والقيديو تكست لا يفعلان ذلك. إن الجرائد يتم نقلها، ويتطاب ذلك سيارات وشاحنات وبعض الأحيان قطارات وأتوبيسات وطائرات. وكل هذه الوسائل تعمل بالمواد البترولية بما يؤدى إلى تلوث البيئة، فى حين ان التليتكست والفيديو تكست يتم نقلها إلكترونياً، ولا يتطلبان كل هذه الأشياء. ويمكن لجريدة يومية أن تكون ثقيلة الوزن، وتزن طبعتها الأسبوعية ضعف هذا الوزن. وفى الحقيقة، فإن أفراد الأسرة لا يقرأون معظم الصفحات، لتصبح الصحيفة مجرد فاقد. وفى عالم ندرة الموارد وزيادة التلوث، يصبح للأتصال الإلكتروني للتعرف على الأخبار والمعلومات أمراً ذا مغزى.

ويعد التليتكست teletext نقلاً للنص إلى المشاهدين فى أتجاه واحد، وذلك عبر إشارة تليفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة unused scanning lines. وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة موجودة بجهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات فى شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد أن يتخير من بينها ما يشاء، ويعد الفيديو Videotext نظاماً تفاعلياً interactive system يعتمد اساساً على أجهزة الكمبيوتر، ويتيح هذا النظام للمشاهدين الوصول إلى بنك معلومات Data Bank يحوي معلومات ضخمة. ويوجد تطبيق عملى متزايد لهذا النظام بشكل أكبر من التيلكست، لأنه يمكن من خلاله تخزين مزيد من المعلومات.

ويجب أيضاً أن ينتظر مستخدمو التليتكست الذين يستخدمون شاشة التلفزيون صفحة ما حتى يتم أرسالها قبل أن يلتقطوها، فى حين أن مستخدمى الفيديو تكست الذين يستخدمون شاشه كمبيوتر يستطعون الوصول إلى كم كبير ومتنوع من المعلومات فى الحال.

وثمة نقد موجه إلى الفيديو تكست المباشر onlino، فالإضافة الى الشعور بعدم الراحة للوصول إلى الكلمات من خلال الجلوس أمام شاشة، كانت توجد صعوبة الحصول على نظرة عامة على الاخبار التى وقعت اليوم. وعلى النقيض من الطريقة المعتادة من الجلوس فى استرخاء والقيام بمسح أخبار الصفحة الأولى من الجريدة اليومية أو مشاهدة نشرة أخبار التلفزيون، فإن استخدام الفيديو تكست لم يتح مثل هذه المزايا.

وبدات فكرة خدمة الفيديوتكست التجارية عندما كان يزور علماء بريطانيون (سوق علم نيويورك)New York worlds faird المقام عام ١٩٦٤م، والذى عرضت فيه شركة At-t التلفزيونية picturephone. وعلى الرغم من أى هؤالاء العلماء رأوا أنه لا توجد قيمة كبيرة فى المحادثة التلفونية وجهاً لوجه، إلا أن فكرة ربط شاشات التلفزيون بشبكة التلفون جذبت اهتماهم. ومن هنا، جاءت فكرة عرض المعلومات على الشاشة بدلاً من عرض الوجوه

وفى الحقيقة، فإن أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونياً بدأت عام ١٩٧١م عندما قام (مكتب البريد العام) general post office فى المملكلة المتحدة ببدء العمل فيما يُطلق عليه خدمة (بريستل prestel وببداية إتاحة هذه المعاملات المصرفية من المنزل home bankig، وحجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى بواسطة شاشات خاصه أشيبه بشاشات التلفزيون. وعلى اية حال، فان الكلفة المرتفعة والعوامل المختلفة الاخرى قد قصرت هذه الخدمة على ٦٥ ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء لشركات السياحة، لذا فقد تم إنهاء المشروع وإيقافه عام ١٩٩٣، حيث هبط استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى ٣٠الف مشترك فقط وظهرت (سيفاكس) Ceefax أيضاً خلال السبعينيات، وعلى النقيض من (بريسيل) prestel، فقد استمرت هذه الخدمة وحافظت على بقائها وازدهارها. وقامت (هيئة الإذاعة البريطانية) B.B.C بتطوير هذه الخدمة بعد

جهد بحثى لكى تتيح برامجها للصُم. ولعل الانخفاض فى أسعار أجهزة الكمبيوتر، والتطور فى تكنولوجيا الذاكره الاساسية للحسابات، واوجة التقدم الاخرى فى تقنيات نقل البيانات قد ساعدت المشروع وحافظت، على استمراريته. وبدا واضحاً أنه يمكن الاستفادة من تطبيقات عديدة تجاوزت بمراحل الخدمة الأساسية

وكان تبنى ((التليتكست)) teletext بطيئاً فى البداية. حيث لم تصل هذه الخدمة إلا إلى مانسبية ٣٠٪ من المنازل البريطانية بحلول ديسمبر ١٩٨١. وفى الثمانينيات أصبح النمو أكثر شيوعاً، حيث وصلت نسبة الانتشار إلى ١٧٪ عام ١٩٨٧. والآن، فإن نشرات التليتكست teletext broadcasts تصل إلى الجمهور العريض، فحوالى ٦٠٪ من المنازل فى بريطانيا لديها على الأقل تليفزيون يستقبل هذه الخدمة. وتستخدم هذه الخدمة يوميا من قبل ٩،٤ مليون فرد وأسبوعياً من قبل ١٩،٢ مليون فى بريطانيا.

وفى الوقت نفسه، بدأت شركة ((نايت – رايدر)) knight-ridde الأمريكية فى تجريب نظام إلكترونى آخر باسم ((فيوترون)) viewtron، وتم اختباره فى ميامى عام ١٩٨١. ولم يكتب لهذه المبادرة النجاح، فالتليفزيزن الكابلى cable television الرخيص، والذى اصبح متاحاً بشكل كبير فى ذلك الوقت عمل على الحد من مبيعات شاشات ((فيوترون)). وعلى الرغم من استمرار الشركة فى تقديم هذه الخدمة لعدة سنوات، إلا أن النظام تم إيقافه بشكل نهائى عام ١٩٨٦، بعد تحقيقه خسائر كبيرة

وكان الفرنسيون أكثر نجاحاً من خلال تدشينهم نظام ((مينيتل للمعلومات الإلكترونية ودليل لالتليفون)) telephone directory minitel electronic information and عام ١٩٨١. وهناك سببانرئيسيان لهذا النجاح، أولهما: توزيع الشاشات مجاناً من قبل لحكومة الاشتراكية التى كانت موجودة آنذاك، وثانيهما: أن الخدمة أعطت للناس مايريدونه ويحتاجونه، وهو نظام الاستعلام التليفونى، والذى تم تصميمه ليحل محل النظام غير الفعال المستخدم فى ذلك الوقت. وقام الملايين بالاشتراك فى الخدمة عبر البلاد. وقدم نظام ((مينيتل)) النموذج الأول للجريدة الورقية التى يمكن الوصول إليها بشكل إلكترونى، عندمت استخدمت صحيفة ((ليبراسيون)) liberaton هذه الوسيلة لنشر نتائج منافسات دورة لوس انجلوس الأولمبية الصيفية عام ١٩٨٤، حتى قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة فى شوارع باريس، وفى تطور مشابه، تم التركيز

علـى إمكـانيو الوصـول للأخبـار علـى الخـط المباشـر online news مـن قبـل صناعة المعلومات. وبداية بصحيفة ((الجارديان)) theGuardian البريطانية، شنت شركة وورلد ريبورتر world reporter والتى يطلق عليها الآن ftprofile عام ١٩٨٥ حملة تستهدف رؤية النص الكامل على شاشة الكمبيوتر لكل صفحات الصحيفة. وشاركت معظم الصحف النصفية البرطانية وعدد من الصحف الإقليمية فى الخدمة بحلول عام ١٩٩٧. وفى حديث مهم، ظهرت صحيفة ((فايننشيال تايمز)) financial timesعلى الخط المباشر على هذه الخدمة قبل طرحها فى منافذ التوزيع.

الجريدة الإلكترونية: the Electronic Newspaper

لم تعد الجرائد كما كانت من قبل، فلقد اصبحت أكثر من حبرأسودعلى ورق أبيض، أصبحت صوتاً على التلفون، مجموعة من النقاط على الشاشة الكمبيوتر، أوقرص مدمج cd-rom والآن تمضى الجرائد الأمريكية فى طريقها إلى تكنولوجيا الوسائط المتعددة، كما تعمل على تطوير نفسها حتى لاتقدم منتجاً واحداً لكل عدداً من المنتجات متباين، جمهور من كل الأعمار والأجناس ولأديان واللغات والتوجهات العرقية والاهتمامات.

وربما بتشجيع من نجاح نظام ((ميتيتل)) فى فرنسا، طورت شركتا ((أى بى إم)) IBM ((وسيرز)) Sears شبكة للأخبار والاتصالات باسم ((برودجى)) brodigy وقد توقف بدء هذه الخدمة عام ١٩٨٧ مع نشوء الحاسب الآلى الشخصى والرابط المتزايد بين أجهزة الكمبيوتر، وخاصة فى المؤسسات البحتثية والأكاديمى وظهرت خدمات أخرى أفادت من البيئة الجديدة، ومن بينها الخدمات التى قدمتها شركة ((نايت رايدر)) التى وحدت مجهوداتها مع شركة ((أمريكا أون لاين)) America online لإنشاء شبكة للمشتركين، وبدأت الشركتان فى تطوير ((مركز كركيورى)) Mercury Center فى ((معمل تصميم للمعلومات)) Information Desuign Labaratory فى مدينة((بولدر)) Boulder بولاية كولورادو.

وهكذا فإن الجريدة اللاورقية paperless newspaper، والتى تعود جزورها إلى أواخر عقد السبعينيات، اصبحت تصل للمنازل من خلال الخدمات المباشرة لقواعد البيانات oaliae database services مثل خدمة ((برودجى)) podgy والتى صُممت لكى تصبح

جريدة قومية امريكية تصل مباشرة الى المنازل national online newspaper، بالإضافة لعدد من الجرائد نفسها بدات فى الدخول إلى عالم الخدمات المباشرة. ونظير اشتراك شهرى ضئيل، فإن الجريدة اليومية، وخاصة تلك الموجودة فى المدن الأمريكية الكبرى، تقدم لقرائها مثل هذا الزاد اليومى من الاخبار التى يتم تحديثها على مدار ٢٤ ساعة يومياً، باإضافة لمزيد من المعلومات التى تفوق الأخبار التى تحويها الصحيفة المطبوعة حول القصص الرئيسة، هذا بالإضافة لا مكانية الوصول للإنترنيت. ونظير رسم إضافى، يمكن للقارى الحصول على المواد الرياضية ونتائج المباريات، وسباقات الخيل، وحول الكلمات المتقاطعة، وقراءة الطالع بشكل أكثر تفصيلاً.

وتخلق الجريدة التفاعلية interactive newapaper صفحة تحريرية نابضة بالحيلة توجد فيها صفحة الرأى فى مواجهة الصفحات التى تحتةى رسائل القراء وهو ما لايوجد فى صحيفة اليوم. وتشبه الجريدة الإلكترونية خط دردشة عبر الإنترنيت Internet chat line، حيث تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو عديد من الموضوعات فى الحال، ويتم ربط المناقشات المختلفة والتنوعة بالمحتوى الخبرى أو محتوى الرأى.

وأولئك الذين يعرفون أين يبحثون على الإنترنيت يمكنهم أن يجدوا ملخصات إخبارية news summaries من الجرائد الصادرة في دول العالم المختلفة. وعلى سبيل المثال تقدم ((كلارينت)) ClariNet الأخبار المستقاة من الخدمات الإخبارية، وهذه الأخبار مصنفة حسب المنطقة الجغرافية والموضوع. ولوكالة أسوشيتدبرس وشبكة ((سى إن إن)) CNN موقعات إخباريان منفصلان، وهكذا تفعل مئات الجرائد ومحطات التليفزيون ومحطات الراديو والمجلات والنشرات. والجدير بالملاحظة أن عدد هذه المواقع فى زيادة مضطردة بصفة يومية.

وعلى الرغم من أن الإنترنت بدأ منذ مايزيد عن ثلاثين عاماً مضت، إلا أنه يجد إقبالاً من ناشرى الصحف كوسيلة للنشر الإلكترونى حتى عام ١٩٩٣، عندما بدأت شبكة الوب العالمية فى الظهور. وإذا كانت الإنترنت قد أتاحت للناشرين فى مجال النشر الإلكترونى الظهور، فغن شبكة الوب ساعدتهم على الازدهار. وكانت بعض الخطوات ذات الدلالة فى تطوير الجرائد الإلكترونية نتاجاً مهما لأبحاث ((مركز مركيورى)). وأتاح المركز صحيفة ((سان جوزيه مركيورى نيوز)) Sen jose Mercury

على الخط المباشر عام ١٩٩٣، لتكون فى مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الوب. وقد رادت هذه الصحيفة خدمات إضافية مثل أرشيف الأخبارالذى يعود إلى عام ١٩٨٥، وتوسعت فى نشر المعلومات المحلية، وأتاحة لوحة للنشرة الإلكترونية Electronic Bulletin Board، للقراء لكي يتصلوا بعضهم ببعض ويتصلوا بالمحررين، كما قامت الصحيفة أيضاً بتقديم خدمة إخبارية شخصية، حيث يتلقي الفرد مطبوعات يتم نقلها إليه عبر البريد الإلكتروني.

وكانت ((إلكترونيك تليجراف)) Electronic Telegraph، النسخة الإلكترونية من صحيفة ((ديلي تليجراف)) صحيفة الوب الرائدة في بريطانيا، بظهورها على الإنترنت في نوفمبر من العام ١٩٩٤م. وظهرت صحيفة ((التايمز)) Times، في سبتمبر من ذلك العام على الوب، وتضمنت ندوة نقاش تفاعلية، إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة، ولم يتم تضمينها تكنولوجيا الوب الحديثة. وظهرت طبعتا الوب الكاملة لصحيفتي ((التايمز)) و((صنداي تايمز)) في أول يناير ١٩٩٦م، وكانت الصحيفتان الرائدتان في المملكة المتحدة اللتان تتضمنان النص الكامل للإصدارين المطبوعين.

وفي ٢٧ من مايو ١٩٩٨م، نشرت مجلة Editor @ publisher، قائمة بـ ٢٨٥٩ جريدة (يومية وأسبوعية) لها مواقع على الوب، من بينها ١٧٤٩ جريدة موجودة بالولايات المتحدة الأمريكية. وقد احتضنت صناعة الصحافة الإنترنت كمنفذ محتمل للحفاظ على قاعدتها من القراء والمعلنين، إن لم يكن لزيادتها.

وبعديد من الطرق، أدخلت التكنولوجيات الاتصالية الإلكتونية الجديدة تغيرات غير مسبوقة على صناعة الصحافة، فأدوات الكمبيوتر مثل: معالجة الكلمات، وجمع الحروف إلكترونياً، وتكنولوجيات الإنتاج، والنشر الإلكتروني قد أضافت كفاءة وفعالية أكبر في صالات التحرير، وغيرت من أدوار المحررين والمصممين.

ويرى اتحاد الجرائد الأمريكي Newspaper Association of America، (NAA) أن التكنولوجيا الجديدة تعد ضماناً لانتعاش مستقبل صناعة الصحافة، وسواء تضمنت الوسائل الجديدة لهذه الصناعة التليفزيون التفاعلي أو خدمات الكمبيوتر المباشرة أو تكنولوجيا الأقراص المدمجة أو اية تكنولوجيات ناشئة، فإن الجرائد يجب أن تؤمن

مكانها كمصدر أولي للمعلومات بغض النظر عن الوسيلة التي تقوم بتوصيل المعلومات من خلالها.

وتوجد عديد من الاختلافات بين الجريدة الإلكترونية والجريدة المطبوعة، وتعد هذه الاختلافات جوانب إيجابية تحسب للجريدة الإلكترونية، فالصحيفة الإلترونية تعد حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، وهو ما يسمح لها بمزيد من التغطية المحلية على سبيل المثال، ويستطيع القارئ أن يبحث في أرشيف الجريدة عن المقالات ذات الصلة، والتي يمكن أن تمده بخلفية عن أحداث اليوم كما توجد أشكال من المعلومات التي لا تظهر في الجريدة المطبوعة، وتكون ملائمة بشكل أكبر للمنتج الإلكتروني. وعلاوة على ذلك، فإن الجريدة الإلكترونية تستطيع توفير عناوين البريد الإلكتروني للمحررين والمخبرين، وتستطيع أن تربط القراء بمصادر أخرى للمعلومات، بما فيها مقتطفات من الخطب الصوتية والمؤتمرات الصحفية والأحداث. وقد قامت تكنولوجيا الوب بدعم الوظائف التقليدية للصحافة من خلال إتاحة أساليب ذات كفاءة عالية أمام الصحفيين للبحث بعمق أكثر عن المعلومات. وعملت زيادة القدرة على البحث عن المستندات وجمع الخلفيات والسياق التاريخي على توسيع أدوات الصحفي. كما أنها قدمت ثقافة مختلفةتقوم على أسس من التفاعلية، والمرونة في الالتزام بالقواعد مثل: الدقة، والتوازن، والوضوح، والسرعة، والحالية.

لقد كانت السرعة والحالية تعكس يوماً ما قوة الجرائد المطبوعة. وبنت الخدمات السلكية wire services، سمعتها وشهرتها على أنها كانت أول من ينقل القصص الضخمة، والتي يجدها القراء في صفحتهم. وقد سحبت حالية التليفزيون البساط من الصحافة المطبوعة. وأسس الوب مزاياه الخاصة بالسرعة والحالية، فقد مكن الوب الجرائد من نشر الأخبار العاجلة breaking news وتحقيق شهرتها من خلال التحديثات في الطبعات المسائية الإلكترونية.

وبينما فشلت صناعة الفيديو تكست نظراً للافتقار للجمهور في عقد الثمانينات، فقد أعطى نمو الانترنت منذ ذلك الحين، وخاصة تطوير الوب العالمية في أوائل عقد التسعينيات، دفعة جديدة للنشر الإلكتروني. وجعلت خصائص التفاعلية والحالية ولامحدودية المساحة التي أتاحتها الإنترنت من هذه الشبكة وسيلة مثلى للنشر

الإلكتروني. علاوة على ذلك، فإن الكلفة المنخفضة، وشهولة النقل عبر الحدود الجغرافية، وإمكانية تضمين عناصر الوسائط المتعددة في الوسيلة الجديدة كانت أيضاً عناصر جاذبة للناشرين. وعلى الرغم من أن الإنترنت تستطيع أن تساعد الناشرين على توفير تكاليف تجهيزات ماقبل الطبع وعملية الطباعة ذاتها والتوزيع بالنسبة للصحافة الورقية، فإن الجرائدالإلكترونية بدأت في أن تدر هائدات من قرائها، فبعض الجرائد مثل: ((سان جوزيه ميركيوري نيوز)) San Jose Mercury News، ((نيويورك تايمز)) New York Times، ((يو إس إيه توداي)) USA Today، ((لوس أنجلوس تايمز)) Los Angles Times، تتيح للقراء بعض المواد السريعة مجاناً، ولكن إذا أراد الثراء مطالعة الصحيفة بأمكلها فإن عليهم أن يشتركوا في الإصدارة الإلكترونية.

ويعتقد البعض أنه إذا أرادت جرائد الإنترنت حني عائدات ن فإن المضمون يجب أن يتم تحسينه أولاً لكي يجذب الجمهور، فإذا لم تكن المعلومات مهمة لكي تطبع على صفحات الجريدة، فما السبب الذي يجعل القراء يدفعون لكي يسترجعوا هذه المعلومات على النترنت ؟. إن التحدي الذي يواجه الصحفي ليس الوسيلة، ولكنها الرسالة، وهو ما يناقض ما اعتقد مارشال ماكلوهان أنه الحقيقة، فالفوز بجماهير جديدة والإبقاء على الجماهير القديمة من القراء يتطلب أكثر من استخدام وسيلة جديدة لإنجاز المهام نفسها.

ولأن المضمون هو تلأساس، فلا يمكن أن يكون المنتج الإلكتروني مجرد نسخة من المنتج المطبوع، ولكي تكون الطبعة الإلكترونية مختلفة وشيقة يقترح البعض تقديم بعض الخدمات ذات القيمة المضافة مثل: الخلفيات المعلوماتية التي لاتوجد في الجريدة المطبوعة، والصور الفوتوغرافية، والعناصر الجرافيكية، والصوت والفيديو، ووصلات الأرشيف، ووصلات للموارد الأخرى أو الصحف الإلكترونية الأخرى، علاوة على التفاعلية التي يجب إتاحتها على جرائد الوب وخاصة في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش.

ويعد استخدام الوصلات الفائقة hyperlinks معلماً خالصاً لشبكة الوب العالمية، فالشبكة تتيح مضموناً ديناميكياً لأن الوصلات الموجودة دائماً ماتكون متغيرة ومتطورة من خلال تحديث المعلومات باستمرار، وعلاوة على ذلك، فإن الوصلات تسمح

للمستخدمين باختيار مايريدونه باتباع الوصلات التي تؤدي بهم في النهاية إلى مايهتمون بمطالعته، ويتم هذا من خلال بناء محكم يتيحه الناشر، وهكذا يتم السماح للمستخدمين باتباع القارءة غير الخطية non-linear reading وهو ما يجعل المستند تفاعلياً وقابلاً للتعديل من قبل المستخدم.

وعلى النقيض من ذلك، انتقد جون كاتز Jon Katz جرائد الإنترنت، فقراءة جريدة إلكترونية يعد علمية صعبة ومتعبة وتستفرق مزيداً من الوقت، كما أن الملاءمة والحرية البصرية والشعور بالأولويات كخبرة شخصية لم يعد موجوداً، وعند تحليل بناء صفحات الوب، كما تناقش ماك آدامز Mc Adams، فإن إحدى المشكلات التي تعوق نظم النص الفائق الحالية هي أن القراء يضلون طريقهم، فهم يقومون بقفزات عديدة بعيداً عن النص الأصلي الذي بدأوا بقرائته، ولا يستطيعون أن يجدوا طريقهم عائدين إليه مرة أخرى.

وتتمتع شبكة الوب بميزة على الجرائد المطبوعة لأتها تتسم بالدقة والإتقان في عرض العناصر الجرافيكية الملونة Colorful graphics، وخلال العقد الماضي كانت أكثر التغيرات أهمية والتي طرأت على تصميم الجريدة الأمريكية، الاستخدام المتزايد للعناصر الجرافيكية مدفوعاً بأوحه التقدم التكنولوجي المختلفة ومع كل المزايا للجريدة الإلكترونية، فإن الاتجاه نحو استخدام العناصر الجرافيكية يمكن أن يشهد زيادة مضطردة كما يعتقد البعض.

ويذهب البعض إلى عدم صحة هذه الاعتقادات، والتيتجزم بأن ثراء العرض السمعبصري audio-visual presentation، يلبي طلب القراء على الانترنت وكلما كان العرض ثرياً كلما كان ذلك أفضل، وأن النشر على الوب يتطلب مهارات وإمكانات تقنية أعلى من النشر المطبوع، وفي الحقيقة فإن ناشري مواقع الوب الضخمة، بعد إجراء مزيد من الابحاث يفضلون تقليص العناصر الجرافيكية بدلاً من التوسع في استخدامها.

وبالنظر للعلاقة بين الطبعات الإلكترونية والورقية، فإن الجرائد الإلكترونية كما يتنبأ البعض لن تحل محل الجرائد المطبوعة ويوجد عدد من مؤرخي الصحافة الذين يتنمون بقوة للجريدة المطبوعة كما أن عدداً من الباحثين ينظرون للصحيفة بإعتبارها

وثيقة ثقافية وتاريخية تتيح نافذة حقيقية على التاريخ وبوابة تقدم خبرة حقيقية بالزمن. في حين أن الكمبيوتر ليس أكثر من وسيلة لمساعة الناس على البحث عن أشياء معينة، إن الجريدة الورقية يمكن حملها ويسهل قراءتها، ولكن الوصلة الإلكترونية قد يصعب الوصول إليها، أو أن تكون عرضة للأخطاء الإلكترونية التي قد تعتري الرسائل المستقبلية، علاوة على التحميلالبطي للموضوعات. ولازال عديد من الأفراد يفضلون الإحساس بالجرائد التي يحملونها.

ورغم ذلك كله، فلا أحد ينكر قوة هذه الوسيلة الإلكترونية الجديدة، فالمزايا التي تتيحها للمستخدمين جعل لديها القدرة والإماكانات التي تؤهلها لإعادة تشكيل عالم وسائل الإعلام بعد طول ركود.

الجرائد والجرائد المذاعة: Newspapers and Newscasts

في عام ١٩٩٥م، اندمجت ثمان من أكبر شركات الجرائد الأمريكية، والتي تملك ١٨٥ جريدة، وذلك لإنشاء شبكة قومية للجرائد المحلية ذات الخدمة المباشرة online local newspapers، ودعت هذه الشركات كل الجرائد اليومية في الولايات المتحدة لكي تنضم إليها لإنشاء وإتاحة قائمة طويلة من المعلومات للبيع، ومن بين هذه المعلومات: الأخبار، والمواد الخفيفة، والرياضة، وشراء التذاكر والتسوق المنزلي، والبريد الإلكتروني، واللوحات الإخبارية.

وقد تكون شركات التليفون والجرائد اندماجاً رائعاً في المستقبل، فالجرائد يمكنها أن تصدر منتجاً تحريرياً مسئولاً، ويمكن لشركات التليفون أن تقوم بإرسال هذا المنتج غلكترونياً عبر الكابل إلى المنازل.

وهكذا، يجب أن توجد وسيلة جديدة للحصول على الأخبار دون تقيد الجريدة بالمساحة وفي هذا السبيل يمكن القول إن أي شئ تحمله أية خدمة سلكية أو جريدة رئيسية حول موضوع ما يمكن أن تتضمنه الخدمة المباشرة online service.

إن النشرة الإخبارية في التليفزيون تتقيد تماماً بعنصر الوقت، وتوجد ثمة تجارب لربط الجريدة بنشرة أخبار التليفزيون، وذلك حتى تحتوي القصة الخبرية على نص وصوت. وسوف تعمل هذه العملية على التخلي عن الممارسة الخاصة بإلقاء الفاقد من الصحيفة جانباً، دون قراءة.

أوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة:

إن الصحافة الإخبارية الإلكترونية، بتضمينها وتوسيعها لإمكانات وسائل الإعلام التقليدية، تضع تحدياً للفكرة التقليدية لكل من الصحيفة الإخبارية والطبيعة التي تعتمد على الوقت بالنسبة للأخبار time based nature of news، وباستعراض المجلة الإخبارية الإلكترونية كأحد الأشكال الملخصة لوسائل الإعلام فإنه يمكن إعادة تحديد قضايا الوقت والمساحة والتفاعلية بمصطلحات البيئة الإلكترونية Online Environment، وباستخدام عينات من الصحف المطبوعة وإصداراتها الإلكترونية من مجلات ((ماكلينز)) MacLean's و((نيوزويك)) Newsweek، و((تايم)) Time، ناقشت دراسة ((ليزلي وو)) Leslie wu, 2001، قضايا مثل: الإخراج والحالية التفاعلية وتأثيرها على مفهوم المجلة الإخبارية، والدور المتطور والمتغير للطاقم التحريري. ولا تتوافق هذه العوامل مع الكفاح الحالي للمجلة الإخبارية الإلكترونية لتجعل من نفسها شكلاً يتسم بالمصداقية والثقة لنشر الأخبار في أرجاء البيئة الإلكترونية فحسب، بل تسعى هذه العوامل أيضاً لخلق مستقبل يعمل على ضمان استمرارية المجلة الإخبارية الإلكترونية. وقد اعتمدت الدراسة على تحليل مضمون المجلات والمقابلات المتعمقة مع الطاقم التحريري للمجلات عينة الدراسة.

ومن خلال المسح وتحليل المضمون، توضح دراسة ((فوو بنج وآخرون)) Foo yeuh peng Others، 1999، أن الجرائد لديها أهداف مختلفة لطبعاتها الإلكترونية، ولكن الجرائد الأكثر أهمية هي التي تجتذب مزيداً من القراء، مما يؤدي إلى حصولها على عائدات إضافية وترويج أفضل لمنتجها المطبوع. وبدلاً من دراسة نشر الجرائد على شبكة الوب حول العالم، قامت هذه الدراسة بالتركيز على جرائد الوب التي تنشر في الولايات المتحدة الأمريكية بصفة أساسية، وذلك لأسباب ثلاثة: أولها: أن صناعة الجرائد الأمريكية تقود العالم في مجال النشر على شبكة الوب بـ ٦١٪ من كل جرائد الوب الموجودة على الشبكة العالمية، ثانيها: أن الولايات المتحدة تقود العالم في مجال تكنولوجيات الاتصال والوصول إلى الإنترنت ن وهو مجال مهم وجوهري لنجاح النشر على الوب Web publishing، ثالثهما: أن الإنترنت تعد بصفة أساسية وسبلة ناطقة باللغة الإنجليزية.

وقد انتهت الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة يمكن أن تتيح فرصاً جديدة، وتضع تهديدات خطيرة أما وسائل الإعلام الراهنة، لذا يتم تعميق التطور الراهن في جرائد الوب من خلال رغبة ناشري الجرائد في تحويل الإنترنت إلى فرصة لإيقاف تدهور الانقرائية بدلاً من ان تكون الإنترنت تهديداً للصحيفة المطبوعة، وتبدو صناعة الجرائد أكثر ثقة بشأن مستقبل التطور الحادث في النشر الإلكتروني. ويعتقد الناشرون والمحررون أنه توجد فرصة ضئيلة لكي تحل الطبعة الإلكترونية للصحيفة محل الصحيفة المطبوعة. وبدلاً من ذلك، فإنه ينظر للنشر الإلكتروني على أنه يمتلك القدرة على فتح مجالات عريضة لصناعة الصحف.

ويعتمد مستقبل الوسيلة الجديدة على إذا ما كانت هذه الوسيلة مجرد نسخة من وسيلة موجودة بالفعل، وإلى أي مدى تستطيع أن تضيف قيمة لها، وفي هذا الصدد، تتمتع الجرائد الإلكترونية بوضوح ببعض المزايا مقارنة بالصحف المطبوعة، أولها وأكثرها أهمية أن انقرائية الجرائد الإلكترونية يتم بناؤها من مجموعة خاصة من قراء الجريدة الذين يختلفون عن أولئك الذين يقرأون الجريدة ذاتها في طبعتها الورقية. ومن المحتمل، أن هؤلاء القراء يقرأون أكثر من صحيفتهم اليومية المحلية حيث يرغبون في قراءة جرائد أخرى ولكن لا يوجد لديهم وصول مباشر للطبعات الورقية. وأياً كانت الأسباب، فإن قراء الجرائد الإلكترونية يمكن أن يساعدوا في زيادة عدد القراء وليس الحد منهم.

كما أن الجرائد الإلكترونية تقدم خدمات جديدة لا تستطيع أن تكون جزءاً منالجرائد التقليدية، فالأرشيف الذي يمكن البحث فيه عن الموضوعات المختلفة والإعلانات المبوبة يمكن أن يساعد الجريدة على أن تصبح بنكاً للمعلومات information databank، بالإضافة إلى دورها في نشر الأخبار، وقد طروت الوصلات الفائقة hyperlink الجريدة، وحولتها من مصدر وحيد للمعلومات إلى مصدر حافل بشبكات المعلومات دون نقطة نهاية واضحة.

ويمكن أن تلعب الجريدة الإلكترونية دوراً مهماً في ان تعكس نبض الرأي العام وفهم اتجاهاته، فالندوات والحوار الحي ووصلات البريد الإلكتروني تتيح قدراً أكبر

من التفاعلية بين أفراد المجتمع وبين القراء والمحررين أكثر من الجريدة المطبوعة التقليدية.

ولعل من أبرز مزايا الجريدة الإلكترونية أن كلفة البدء في إصدارها تعتبر أقل بكثير من إصدار صحيفة مطبوعة. وبالنسبة للجرائد المتاحة بالفعل في طبعة ورقية فإن الكلفة الإضافية لإصدار طبعة إلكترونية تعد ضئيلة للغاية، وبالنظر للمساحة غير المحدودة التي تتيحها الإنترنت والكلفة المتزايدة لورق الصحف، فإن النشر الإلكتروني يعد أقل كلفة بكثير. ولعل هذه المزايا هي التي ستعطي الجرائد الإلكترونية أسباباً كافية لكي تبقة ليتم اكتشاف غمكاناتها بشكل أكبر.

وما يهم صناعة نشر الجرائد الإلكترونية هو أن القليل جداً من الجرائد الإلكترونية هو الذي يحقق عائدات فعلية. وبالمقارنة بالصحيفة المطبوعة، فإن الجريدة الإلكترونية تعاني من عدم وجود المصادر التقليدية لعائدات الجرائد مثل تكاليف الإعلان والاشتراكات، وفي هذا الصدد تشير دراسة ((فوو بنج وآخرون)) إلى أنه يجب ألا توجد وسائل محددة وثابتة للصحف الإلكترونية لتحقيق عائدات، ولكن الجرائد التي تتمتع بدرجة انقرائية كبيرة وقاعدة عريضة من القراء وتميل أكثر إلى التخصص يمكن أن تكون أكثر نجاحاً في تحقيق عائدات التوزيع والاشتركات، في حين أن الجرائد الأصغر تميل إلى الاعتماد على العائدات التي تدرها من خدمات الإنترنت.

وبالنظر إلى التكاليف القليلة نسبياً للجرائد الإلكترونية والفوائد الإضافية التي تحققها مثل الترويج للمنتج المطبوع، فإنه يجب إلا ينظر إليها من قبل الناشرين على أنها عملية لخسارة الأموال. وإذا استطاع الناشرون أن يركزوا على القيمة المضافة للمنتج الإلكتروني بدلاً من أن يكون هذا المنتج مجرد نسخة مكررة للمنتج المطبوع، فإن الصحف الإلكترونية سوف تصبح عمليات لا تمثل كلفة تذكر مع تطور تكتواوجبات جديدة ونمو مجتمع الإنترنت.

وتذهب دراسة ((مبير)) Meyer, 1998، إلى أن الصحف الإلكترونية أصبحت تمثل نوعاً من التحدي للصحف، وهذا ما دفع ناشري الصحف الإلكترونية اليومية إلى السعي لتأكيد تواجدهم المبكر في أسواق شبكة الإنترنت العالمية بقدر الإمكان. مما يؤكد ذلك، أنه بحلول أواسط التسعينيات، ظهرت الصحف على الإنترنت بشكل

يومي، ففي بداية عام ١٩٩٦م كانت توجد ١٥٤ صحيفة على الإنترنت زادت إلى ١٤٤١ صحيفة في أكتوبر من العام نفسه. وفي منتصف عام ١٩٩٧م، أصبح يوجد ٢٦٢٢ صحيفة على الإنترنت ن ووصل هذا العدد إلى ٤٠٠٠ صحيفة في نهاية العام نفسه، إلا أن ١٠٠ صحيفة منها قد توقفت عن النشر عبر الإنترنت بسبب عدم وجود جدوى اقتصادية من وراء ذلك وماتزال قضية الربحية هي التحدي الحقيقي الذي يواجه نشر الصحف على الإنترنت نظراً لإحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة، إلا أن ثمة جهوداً متزايدة حالياً لجذب مزيد من المستخدمين للاستفادة من الخدمات الصحفية المقدمة إليهم عبر الشبكة نظير رسوم اشتراك مدفوعة، حيث أظهرت الإحصاءات أن ٦٧٪ من مستخدمي الإنترنت يقرأون الصحف والمجلات المنشورة عبر الشبكة.

وترصد دراسة ((مارك ديوز)) Mark Deuze ,1999، الفرق بين الصحف الإلكترونية والصحف الورقية التقليدية، كما تكشف تأثير الإنترنت على الصحيفة الإلكترونية، فيما يتعلق بالأخبار المقدمة عبر شبكة الوب. وانتهت الدراسة إلى أن الإنترنت غيرت من المفهوم التقليدي للصحافة، فقد كان الصحفي يختار ويقرر ما يحتاجه القراء من أخبار ومعلومات، وتحول المر في عصر الوب إلى تمكين الجمهور من تخطي الصحفي في بحثه عن المعلومات. وبغض النظر عما إذا كان الجمهور يفعل ذلك أو يرغب في فعل ذلك، فإن هذا هو جوهر الصحافة والأخبار على شبكة الإنترنت.

واستهدفت دراسة ((ألفونس بالتس)) Alphonse Baltes، 2003، استعراض المجالات المالية والاقتصادية للطبعات الإلكترونية للصحف اليومية على شبكة الوب. إن معظم الجرائد لديها الان طبعات إلكترونية لمنتجاتها الورقية في ظل توقيت حرج للتحول للنشر على الشبكة. وتدفع غالبية الجرائد الإلكترونية بكميات كبيرة من المضمون الإخباري الذي جمعه المحررون الذين يتقاضون أجوراً مرتفعة مجاناً على الشبكة، وثمت خطر واضح من جراء هذه العملية وهو أن إتاحة هذه المعلومات على الإنترنت سوف يقلل الطلب على الإشتراكات المدفوعة ومبيعات الشوارع بالنسبة للصحف المطبوعة، وهكذا فإن عدداً من الجرائد تعيد تقييم توزيعها للأخبار على شبكة الإنترنت.

وتعد هذه القضية مهمة لأنها تتواكب مع دخول المجتمع مرحلة جديدة من توزيع المعلومات على الإنترنت. فلقد انفقت مئات الألاف من الدولارات من قبل الجرائد المحلية لكي تضع منتجها على الويب، وثمة مزيد مما سيتم إستثماره للحفاظ على استمرارية التواجد على الويب. وعلى الرغم من أن بعض الناشرين لا يزالون يحققون ربحية في ظل هذه الوضعية، إلا أن ناشرين آخرين يواجهون خسائر كبيرة، وهو ما يجب تفسيره والبحث عن أسبابه ومواجهته.

وقام ((الفونس بالتس)) بإجراء مسح على الإنترنت Online survey، تمت الإجابة فيه عن تساؤلات مهمة متعلقة ابلربحية، والترويج، والتسعير، والطاقم التحريري، والاشتراكات، والتكنولوجيا. وكان يهدف من ذلك إفادة ناشري الجرائد بهذه المعلومات لكي يقدموا منتجاً أفضل ويحققوا أرباحاً في عملياتهم على الإنترنت، وهو ما استهدفه البحث في إطار مجتمع دراسته الذي ضم صحف أوهايو الإلكترونية.

وتذهب دراسة ((بارنهيرست)) Barnhurst، 2002، إلى أن الجرائد الأمريكية التي تشر طبعات إلكترونية على الإنترنت لا يبدو أنها تعيد اختراع نفسها على الوب. وبدلاً من ذلك، فإن إصدارات الوب تعيد إنتاج مادة الطبعات الورقية بطريقة مشابهة للقراء. ويمكن أن يكون الوصول للقصص الخبرية على الوب عملية تتضمن استخدام الشاشة في عملية المطالعة، ولكن قصصاً خبرية قليلة فقط هي التي تحوي معالم إضافية كالوصلات الفائقة والصور والمصادر التفاعلية. ولا تختلف قصص الجريدة الإلكترونية كثيراً عن تلك المطبوعة في الجرائد الأصلية. وعادة لا تضيف الإصدارات الصحفية عللا الإنترنت أة تغير من النص في القصص الخبرية، كما يعد عرضها هزيلاً من الناحية المرئية أو البصرية، وخاصة إذا ما قورن بالصحفية المطبوعة، والتي تتمتع بخيارات تيبوغرافية وجرافيكية أكثر ثراءً، وتقدم مزيداً من الصور بمساحات طبيرة وأنتهت الدراسة إلى أن ناشري الصحف المطبوعة يستخدمون تواجدهم على الإنترنت كوسيلة رخيصة التكاليف تحافظ على موقعهم في السوق الأمريكية، وتخلق حاجزاً أمنع دخول منافسين لهم في نطاقهم الجغرافي.

وفيما يتعلق بالدراسات الأوروبية، يطيب لنا أن نعرض هنا دراستين في إطار هذا الجزء الذي يتناول طبيعة الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة، وهاتان الدراستان إحداهما إيطالية والأخرى إسبانية.

ذهبت الدراسة الأولى إلى أنه في السنوات الأخيرة دخلت إيطاليا عديد من المبتكرات والمستحدثات ذات المحتوى التكنولوجي العالي، بداية من أجهزة التليفون المحمول مروراً بأطباق الأقمار الصناعية والأجهزة السمعبصرية الرقمية المتطورة. ورغم ذلك كله، فإن الكمبيوتر كان يقبع في الظل بعيداً عن الأضواء. وعلى الرغم من أن الكمبيوتر كان دوماً محور خطاب المختصين إلا أنه دخل الحياة اليومية بالتدرج خلال الأعوام الماضية من عقد التسعينيات. ويدعم هذا التناقض حقيقة أن الصحافة الإلكترونية لا تزال متأخرة كثيراً في إيطاليا مقارنة بالدول الأوروبية الأخرى، وذلك على الرغم من أن جرائد الإنترنت الأولى ظهرت في إيطاليا منذ سنوات عديدة مضت، ويعد الجزء الأول من هذه الدراسة وصفياً، فهو يحلل الموقف الإيطالي في ضوء الاستثمارات الضخمة التي تنفق على القطاع الإلكتروني. ويستعرض الجزء الثاني مزايا الصحافة الإلكترونية الإيطالية، والتي تعد أكثر تحدياً من الطبعات الورقية، وتواجه في الوقت ذاته مشكلة التمويل الإعلاني الضئيل. وتنتهي الدراسة بتحليل الاتجاهات الحديثة في النظام المعلوماتي الإيطالي، والذي يتسم بتكامل التكنولوجيا ومنتجات نظام الاتصالات واندماجها، مما خلق سياقاً جديداً للاستخدام بالنسبة للمستهلكين، وهو ما قد يؤدي إلى وجود سيناريوهات اجتماعية جديدة في المجتمع الإيطالي.

وذكرت الدراسة الثانية أنه خلال ٤٥٠ سنة من وجودها، لم تواجه الصحافة المكتوبة تغيراً بمثل هذه الشدة كما تواجه على الإنترنت، ويمثل قرار إصدار طبعة إلكترونية للصحيفة عدداً كبيراً من الفرص والتهديدات التي يجب أن يضعها الناشرون في الحسبان، فبمجرد اتخاذها هذه الخطوة تجد الجرائد نفسها في بيئة تنافسية مختلفة كليةً، فالجرائد تتعامل مع منافسين، وأساليب إدارة، وعملاء، ونماذج استهلاك مختلفة تماماً. وتحاول هذه الدراسة Dans، 2000 استكشاف هذه المتغيرات الجديدة باستخدام بيانات من ١٥ جريدة إسبانية تغطي فترة زمنية من شهرين إلى عشرين شهراً، حيث تم تحليل خصائص الجرائد تامطبوعة والأنماط العامة

للإنترنت، وذلك لعزل العوامل التي تمكن جريدة الإنترنت من تحقيق مستوى عال من الانقرائية. وتشير النتائج إلى أن أنماط القراء على الإنترنت تختلف بقوة عن تلك الموجودة في العالم المادي، كما أن استخدام الجريدة مختلف تماماً ن فقراء جرائد الإنترنت عادة ما يكون أكثر وظيفية more functionl وله هدف محدد، كما تشير عدد الصفحات القليلة التي تم مطالعتها في كل زيارة لموقع الصحيفة من قبل المستخدمين. ولعل هذه النتائج تمد الناشرين بمعلومات قيمة لفهم الجبهة الجديدة التي تمثلها الصحافة الإلكترونية في تاريخ الصحافة.

ومن بين الدراسات العربية التي تناولت الصحف الإلكترونية والمطبوعة بالمقارنة دراسة سعيد الغريب (٢٠٠١) التي استهدفت التعرف على ماهية الصحيفة الإلكترونية والمزايا العديدة التي تنفرد بها هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة، وإلى أي مدى تشكل هذه المزايا تهديداً لمستقبل الصحيفة الورقية التقليدية، بالاضافة لمناقشة الوضع الراهن للصحف الإلكترونية المصرية زمدى استغلالها واستفادتها من الإمكانات الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيا الصحافة الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة منها محدودية استفادة الصحف الإلكترونية المصرية من السمات والميزات التي تقدمها هذه اتلصحف من خلال محدودية الخدمات الأرشيفية، ومحدودية الاستفادة من تقنيتي النص الفائق والوسائط المتعددة، وغياب عنصر الحالية، وإمكانية التحديث السريع للطبعات الإلكترونية وضعف العائد الإعلاني للصحف الإلكترونية.

وتتحدد مشكلة دراسة محمد عبد الحكيم (٢٠٠٣) في رصد أبعاد حركة النشر الإلكتروني المستخدمة في هذه الصحف ومدى تطابقها مع السمات المميزة للصحافة الإلكترونية، ومدى سهولة تصفح هذه النسخ وحجم استخدامها للوسائط المتعددة من صوت وصورة ومؤثرات أخرى. وتوصلت الدراسة إلى أن المضمون المنشور في هذه النسخ الإلكترونية مقارنة بالنسخ المطبوعة واحد لم يتغير سوى في حدود ضيقة للغاية في بعض عناوين الأهرام، وتبين من الدراسة التحليلية غياب الاتصال التفاعلي المباشر تماماً حيث تنعدم وجود خدمات مثل الدردشة والبريد الإلكتروني. وقد كشفت الدراسة عن نجاح المسئولين عن تصميم تلك الصحف في استخدام برامج تعمل على أنظمة الحاسبات

المختلفة، وتصميم واجهات مرنة لهذه الصحف تتيح إمكانية تصفح محتواها بسهولة ويسر، وسجلت الدراسة أن صحيفة ((الأهرام)) كانت الوحيدة بين الصحف الإلكترونية المصرية التي تستخدم الوسائط المتعددة من خلال خدمة نقل أهداف مباريات كرة القدم.

وسعت دراسة محمد خليل الرفاعي (٢٠٠٢) إلى الكشف عن أفضل السبل لاستخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية، وتقصي الجوانب المؤثرة في استخدام الحاسب الآلي ومعوقات استخدامه، واستعدادات الصحف لتحويلها إلى هذه التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع صحيفة الأهرام على شبكة الإنترنت www.ahram.org.eg، يمتاز بالحداثة نسبياً، وقد استعان الموقع بالخبرات البشرية في مركز آماك للحاسبات التابع لمؤسسة الأهرام، وأشار الباحث إلى أن المؤسسة لم تكن متحمسة للنشر الإلكتروني على الإنترنت خشية تأثر أرقام توزيع الصحيفة مما أخر نسبياً نشرها على الشبكة، ولعل هذا هو ما يجعل ((الأهرام)) يتأخر إلى ما بعد منتصف الليل في نشر صحيفة اليوم التالي على الإنترنت ليضمن توزيع الصحيفة التي يصعب على القارئ مطالعتها في ذلك الوقت المتأخر فيفضل شراءها.

مستقبل الصحافة الإلكترونية:

في عام ١٩٨٣م، أجريت دراسة مبكرة نسبياً تحاول التأسيس لاتجاهات القراء الشباب وتصوراتهم لصحيفة المستقبل، وذلك بسؤالهم عن رؤيتهم في مجال تلقي الأخبار والمعلومات إلكترونياً، وكان عدد المفردات ٥٢٩ دارساً بجامعة ستانفورد التي تقع في قلب ((وادي السيليكون)) المتخصص في صناعة الكمبيوتر بالولايات المتحدة. وأشارت النتائج إلى اثنين من كل خمسة دراسين يعتقدون أن الجرائد كما تصدر الآن سوف يحل محلها بنوك المعلومات الموجودة على شبكات الكمبيوتر، وأنه إذا تم منحهم حق الاختيار، فإنهم قد يفضلون تلقي الأخبار من جرائد إلكترونية بدلاً من الجرائد الورقية التقليدية، وتبين أن الأفراد الذين يفضلون الجرائد الإلكترونية كانوا أكثر توجهاً نحو استخدام أجهزة الكمبيوتر ولعل هذه النتائج هي التي أسست النظرة المستقبلية لكل المحاولات في التحول عن الصحيفة الورقية إلى تقديم الأخبار الإلكترونية والتي سقناها في مقدمة هذا العرض.

ومن هنا، اعتقد البعض أن الإنترنت تمثل ضرراً خطيراً على صناعة الصحافة، حيث بدأت هذه الصناعة تخشى أن تتحول إلى صناعة اتصالات في وقت أصبحت الإحصاءات المتعلقة بالصحف محبطة للغاية، فلم تعان أية وسيلة مثلما عانت الصحف نت انخفاض حاد في العائدات الإعلانية والتوزيع. وتكمن المشكلة الرئيسية في المنافسة، وليست هذه المنافسة بالضرورة من وسيلة إعلامية أخرى ولكنها المنافسة على وقت الجمهور.

وفي مستهل اختراع شبكة الوب، أجريت دراسة مستقبلية عام ١٩٩٣م، استهدفت البحث عن حلول للمشكلات المحتملة لصناعة الصحافة، والتنبؤ بالشكل المادي لجرائد المستقبل، والتنبؤ بمحتوى هذه الجرائد. وباستخدام أسلوب دلفي Delphi technique، بحثت الدراسة عن التوصل إلى إجماع حول القضايا التي تركز على آراء مجموعة من الخبراء العاملين في صناعة الصحافة.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة مهمة من النتائج المتعلقة بالمشكلات التي ستواجهها صناعة الصحافة وسبل حلها، كالمنافسة بين الصحافة ووسائل الإعلام الإلكترونية، وضرورة دخول الصحافة إلى مجال استخدام الكمبيوتر، وضرورة تطوير محتوى الصحيفة ليجذب جمهور الشباب بشكل أفضل.

بداية التحول لصحيفة المستقبل:

وفي عقد التسعينيات، انقلبت وسائل الإعلان الإخبارية التقليدية على نفسها، وبدأت في إنشاء مواقع على شبكة الوب العاليمة، وذلك خشية أنها قد تختفي للأبد في ظل التطورات الهائلة في العصر الرقمي، ولكن على الرغم من الاستثمار الضخم، فإن معظم الصحف الرائدة فشلت في أن تجد لغة ملائمة للوسيلة الجديدة. وهكذا يظل التحدي قائماً والسؤال مطروحاً: هل تستطيع وسائل الإعلام التقليدية أن تعيد اختراع نفسها ؟.

وقد صادفت مواقع الصحف الإلكترونية عند ظهورها في السنوات اظلولى لاختراع الوب نجاحاً مدوياً تمثل في سقوط الحواجز بين الدول وانفتاح الدول الاشتراكيةولا سيما الاتحاد السوفيتي السابق على الغرب بشكل غير مسبوق في مجال المعلومات والأخبار سواء الواردة من داخل البلاد أو القادمة من خارجها، بل إنه عندما نشب حريق

ضخم في برج التليفزيون في موسكو وتسبب في التوقف المؤقت لقنوات التليفزيون الرئيسية عن البث في أواخر العام ٢٠٠١م، تحول الروس إلى الإنترنت كمصدر بديل للأخبار، وأتاحت الإنترنت وسيلة جديدة للصحيفة في الدول الاشتراكية لكي يصبحوا مستقبلين، وأصبحت الإنترنت هي الملاذ الأخير للصحفين الروس الذين يرغبون في نقد الكرملين.

كما ان الإنترنت فتحت الباب واسعاً للتدقيق في كل ما تفعله الحكومات عبر العالم بشكل كبير، وهو ما يحفظ لهذه الوسيلة قدراً من الحرية يبرز إحدى مزاياها الرئيسية. وربما يعزى ذلك إلى أن نواقع الإنترنت أصعب في أن يتم التحكم فيها مقارنة بالجرائد التقليدية المطبوعة، فمواقع الصحف على الوب لا يوجد لديها مطبعة ثابتة يمكن فرض الرقابة عليها، ولا يوجد لديها ورق صحف أو موزعين كما أن الموقع يمكن عند الضرورة نقله إلى خارج البلاد.

كماأصبح الأفارقة يستطيعون الوصول إلى صحيفتي ((الجارديان)) The Guardian، و((فانجارد)) Vanguard، اللتين تصدران في نيجيريا، أو ((جورنال دي أنجولا)) Jornal de Angola، أو ((إيكو دي جور)) Echos du Jour، التي تصدر في بنين، أو ((بتسوانا جارديان)) Botswana Guardian، كما يمكنهم الانضمام إلى غرف الحوار لكي يضعوا كل رؤاهم حول القضايا السياسية ةالاقتصادية والاجتماعية الراهنة في بلادهم.

ولعل هذا النجاح هو ماسبب قلقاً للقائمين على الصحافة المطبوعة وعلى مستقبلها، وهو ما حدا بالبعض إلى إجراء دراسات مسحية عام ١٩٩٩م، تبين منها أن المستجيبين للمسح، ومن بينهم عدد كبير من محرري الطبعات الإلكترونية للصحف، قد عبروا بنسبة ٩٠٪ عن اعتقادهم بأن الجرائد المطبوعة لن يحل محلها الجريدة الإلكترونية، بل من المعتقد أن تصبح الجرائد الإلكترونية مكملة للنسخ المطبوعة. وقد عبرت نصف مفردات البحث عن اعتقادها بأن كلاً من الجرائد المطبوعة والإلكترونية قد تتعشان معاً.

ويوجد الآن آلاف الناشرين الذين قاموا بإنشاء مواقع على الوب، وهم ينافسون بعضهم بعضاً من جهة، وينافسون وسائل الإعلام التقليدية كمالجرائد والمجلات ومحطات الراديو والتليفزيون من جهة أخرى. وبسبب جملة من العوامل، بما فيها

المعلنون الذين يتوسعون بدخول أسواق الوب، يعتقد ناشرو الصحف أن هذه المنافسة الجديدة ليست فقط أكثر المنافسات الحالية والفورية، ولكن تعد أيضاً أخطرها وأكثرها تنظيماً، وتمثل تهديداً خطيراً وطويل المدى على صناعة النشر التقليدية في أيامنا هذه.

ولدراسة هذه الإشكالية ولبحث مستقبل الصحافة الإلكترونية وصناعة النشر، أجريت دراسة استهدفت رصد تطور الجرائد الإلكترونية للتعرف على كيفية استخدام الجرائد لشبكة الوب في الوقت الراهن، وذلك لاقتراح كيفية استخدام التكنولوجيات الجديدة، مثل الوب، في المستقبل للحفاظ على نصيب الجرائد من سوق نشر المعلومات، وللتوصل إلى نتائج بشأن أهمية الوب للجرائد الآن وفي المستقبل. وقد انفقت الجرائد أموالاً ليست بالقليلة لتصنع نفسها على شبكة الوب، وأموالاً أخرى للحفاظ على تواجدها على الشبكة، إلا أن قليلاً من الناشرين هم الذين يحققون أرباحاً على الوب، وقد توقف البعض عن مواصلة عمليات الوب بالسرعة نفسها التي بدأ بها. ومن خلال مسح تضمنته الدراسة، تمت الإجابة عن تساؤلات مهمة تتعلق بالربحية والعمالة والتسعير والترويج والاشتراكات. ويمكن أن يستخدم ناشرو الجرائد هذه المعلومات في تدعيم تواجدهم على الوب في أثناء حركتهم الدؤوبة نحو المستقبل.

مستقبل الصحافة اليومية الألمانية:

قام ((كريستوف نيوبرجر وآخرون)) Christoph Neubrger and Others، 1998، بدراسة مستقبل الجرائد بالتطبيق على مواقع الصحف اليومية الألمانية على شبكة الوب العالمية، وذلك من خلال دراسة منتجي هذه الصحف ومواقع الصحف نفسها، وقد أجريت الدراسة على اللوحات التحريرية الإلكترونية online editorial bords standardized mail survey، لعدد ٨١ صحيفة يومية لها تواجد على شبكة الوب، وذلك في مايو من عام ١٩٩٧م، كما وضع استقصاء لمستخدمي الوب يمكن الوصول إليه من خلال وصلات موجودة بالصفحة الرئيسية homepage، لسبع وعشرين صحيفة إلكترونية. وقد استجاب للاستقصاء ٢٥٢٤ مستخدماً. وعلاوة على ذلك، تمت دراسة خمسة مواقع فردية للجرائد (من خلال مقابلات شفهية شبه مقننة مع المسئولين عن اللوحات الإلكترونية، بالإضافة لتحليل مضمون هذه المواقع).

وانتهت الدراسة إلى أن حوالي نصف الطاقم في اللوحات التحريرية الإلكترونية يؤدون واجبات صحفية، كما أن اللوحات التقنية تكتسب أهمية متزايدة. ووجد أن غالبية اللوحات التحريرية الإلكترونية المسوحة تعتمد على القرارات التحريرية لمحرري الإصدارات المطبوعة، كما أن الأقسام الإخبارية في الصحف الإلكترونية تتكون بشكل اساسي من نسخ من الصحف المطبوعة ونادراً ما يتم كتابة مقالات أو موضوعات للإصدارة الإلكترونية، كما لم يتم إضافة وصلات خارجية أو تأثيرات جرافيكية أو صوتية. وقد يختار حوالي ثلثي المستخدمين الجريدة المطبوعة، في حين قد يفضل أقل من ثلث المستخدمين الإصدارة الإلكترونية إذا كانت إحدى الإصدارتين هي فقط المتاحة لهم. وتوضح دراسات الحالة في هذه السبيل أ ناشري الصحف الإلكترونية ومستخدميها يبنون أنشطتهم وتوقعاتهم على الصحيفة المطبوعة.